

LE GUIDE DU VENDEUR

alittleMercerie

SOMMAIRE

(Cliquez sur les titres pour accéder directement au paragraphe qui vous intéresse)

1. CHAPITRE 1 : VENDRE SUR A LITTLE MERCERIE.....	4
A. Valeurs et règles A little	4
B. Que vendre sur A little Mercerie ?	6
C. Qui peut vendre sur A little Mercerie ?	7
D. Combien ça coûte ?	8
E. Quels sont les avantages à vendre sur A little Mercerie ?	8
2. CHAPITRE 2 : DÉBUTER SON ACTIVITÉ.....	9
A. Comment ouvrir sa boutique ?	9
1. Le nom de la boutique, votre marque	11
2. Votre photo de profil	13
3. Votre bannière	16
4. Descriptif de votre boutique, parlez-nous de vous !	19
B. Paramétrer sa boutique	21
1. Choisir son statut	21
2. Les modes de paiement	22
3. Profils d'expédition	26
4. Vos Conditions Générales de Ventes	29
5. Les absences	32
C. Mettre en ligne ses produits	32
1. Vos produits, photos & description	32
2. Gérer vos produits	41
D. Organiser ses produits dans sa boutique	44
1. Disposition de vos produits	44
2. Les catégories de votre boutique	45

3. CHAPITRE 3 : LE PROCESSUS DE VENTE PAS À PAS.....	47
A. Comment se déroule une vente ?	47
B. Annulation de commande	50
C. Les retours et remboursements	58
D. Les évaluations	63
E. La comptabilité.....	64
4. CHAPITRE 4 : DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ.....	66
A. Étude des critères de réussite	66
3. Lancer sa boutique en mettant toutes les chances de son côté	68
4. Vendre et progresser sur le site	68
5. Remettre en question son offre.....	69
B. Accroître sa visibilité.....	70
1. Sur le site	70
2. A l'extérieur d'A little Mercerie.....	80
C. Votre service client, la clé de la réussite	84
1. Qu'est-ce qu'un bon service client ?.....	84
2. Les outils & services à proposer	85
D. Tisser son réseau A little Mercerie	88
1. Le Forum.....	88
2. Les collections	88
3. Participer aux événements	89
4. Défi des Vendeurs.....	89
5. Le Mur de votre profil	93
E. Tous les outils d'aide à la vente.....	94
5. DES QUESTIONS ? DES IDÉES ?	96
6. CONCLUSION.....	97

(Cliquez sur les titres pour accéder directement au paragraphe qui vous intéresse)



Parce qu'A little Mercerie évolue de jour en jour, un petit « New » vous informe des changements et nouveautés du Guide du Vendeur dans les parties concernées.

1. CHAPITRE 1 : VENDRE SUR A LITTLE MERCERIE

Vous avez décidé de vous lancer avec nous dans l'aventure A little ? **MERCI ET BIENVENUE !**

Ce guide est là pour vous donner toutes les informations et conseils nécessaires à la réussite de votre activité sur le site. Il est enrichi en permanence et nous vous invitons fortement à l'enregistrer dans les favoris de votre navigateur Internet afin de le retrouver facilement.

Et avant de commencer, nous vous rappelons qu'il est impératif de lire attentivement nos [Conditions Générales d'Utilisation](#) afin d'être tout à fait au clair avec le fonctionnement du site - oui le jargon législatif c'est barbant, mais c'est indispensable !

A. Valeurs et règles A little

Vous le savez, ce qui donne à la fine équipe A little l'envie de se lever le matin c'est de créer une économie plus humaine, en vous aidant à accomplir votre rêve : vendre vos fournitures aux milliers de clients qui visitent le site chaque jour.

Pour accomplir cette mission, nous attachons beaucoup d'importance aux valeurs que sont la [convivialité, la simplicité, l'audace, l'authenticité, et l'amélioration continue](#). Pour que les clients, vous et nous, puissions faire de cette aventure un succès, il est important que chaque vendeur ait connaissance des règles de vie sur le site et respecte les [conditions générales d'utilisation](#).

Et, pour que tout se passe au mieux, voici un rappel de **ce qui n'est pas autorisé** sur A little Mercerie:

- **La vente de produits "finis"**, à savoir des composants ou accessoires assemblés dans le but de former une seule pièce, par exemple une breloque montée sur une chaîne.
Si vous souhaitez vendre des créations finies, si et seulement si elles sont réalisées à la main, vous pouvez les vendre sur AlittleMarket.com
- **L'utilisation de logos ou autres éléments de marques sans autorisation de la marque, que ce soit dans les photos, les titres, les descriptifs de vos produits ou les mots clés.**

Exemple : Mario Bross, Gucci, Dior, personnages Disney, Hello Kitty, etc. L'utilisation à des fins commerciales d'éléments déposés est illégal car contraire au droit de la propriété intellectuelle : l'article L. 713-2 du Code de la propriété intellectuelle dispose en effet qu'est « interdits, sauf autorisation du propriétaire, la reproduction, l'usage ou l'apposition d'une marque ». En utilisant ces éléments de marque à des fins commerciales, il s'agit de contrefaçon et vous vous exposez à des sanctions pouvant aller jusqu'au pénal.

- **Les liens vers vos sites personnels qui contiennent une partie e-shop permettant de vendre vos articles.** Même si nous ne demandons aucune exclusivité, et que nous nous réjouissons de votre succès sur le site et en dehors, ce type de liens n'est pas autorisé sur le site puisque, s'il a vocation à vous aider à vendre, il n'a pas vocation à faire de la publicité et rediriger vers un site concurrent. De plus, en redirigeant clients ou visiteurs vers votre site personnel, vous affectez également les autres boutiques en les privant de ventes potentielles puisque la majorité des acheteurs passent commande sur plusieurs boutiques en même temps.
- Et pour les mêmes raisons, nous vous demandons de ne pas **proposer à vos clients**, dans le cadre de leurs achats sur le site, **de passer directement par votre site personnel ou d'autres canaux**, que ce soit pour un 1er achat ou pour un prochain achat.
- **Les frais de livraison sur-évalués de manière abusive**, sans lien avec le coût réel de l'expédition. Même si l'outil de gestion des profils d'expédition ne permet pas toujours de calculer au plus juste les frais de livraison de certaines commandes comportant plusieurs produits, si votre client a effectivement payé un excédent de frais de livraison – il s'en rendra compte, vous pouvez tout simplement le rembourser de cet excédent depuis votre porte-monnaie, ou même lui proposer un bon d'achat lors de sa prochaine commande.
- **Les "fausses" fiches produit à but promotionnel/publicitaire ne proposant pas d'articles réels** à la vente, mais faisant la promotion de jeux concours ou de réductions sur votre boutique.

Et même si nous ne souhaitons pas en arriver là, le non-respect de ces règles pourra entraîner la mise en pause, voire la fermeture définitive de votre boutique.

Enfin, nous vous rappelons qu'en vous inscrivant sur le site, vous vous engagez également à respecter notre charte éthique et avoir un comportement responsable et respectueux vis à vis des autres membres. Nous vous rappelons que chaque vendeur est seul responsable (notamment vis-à-vis d'un acheteur mais également d' A little Mercerie) en cas de dommage causé par ses produits.

Si à l'inverse, vous rencontrez des difficultés avec l'un de vos clients, n'hésitez pas à nous contacter depuis la section aide pour que nous puissions vous aider à régler la situation.

B. Que vendre sur A little Mercerie ?

Créée en février 2011, A little Mercerie est la place de marché française spécialisée dans l'achat/vente de fournitures et matériel créatif.

Par conséquent, les produits autorisés à la vente sur A little Mercerie sont toute fourniture ou tout matériel de loisirs créatifs, composant ou outil, permettant à son détenteur de réaliser, pour une partie seulement, un produit fini.

Veillez néanmoins à bien vous conformer aux règles de la propriété intellectuelle et à ne pas utiliser abusivement des marques ou logos dont vous n'avez pas l'autorisation d'exploitation.

[Consultez la liste détaillée des produits autorisés à la vente sur A little Mercerie](#)

Le site n'impose pas **d'exclusivité** sur la vente de vos produits. Vous êtes libre **de les vendre** sur n'importe quelle **plateforme de e-commerce** ou dans n'importe quel **lieu physique** de votre choix, pensez simplement à désactiver du site les produits que vous avez vendus ailleurs et qui ne sont plus disponibles. En revanche, la seule règle que nous vous demandons de respecter est de ne **pas promouvoir vos autres points de vente ou sites e-commerce sur A little Mercerie** (description boutique et produit, titre, visuels etc.).

C. Qui peut vendre sur A little Mercerie ?

A little Mercerie est la place de marché spécialisée dans la vente de fournitures et matériel créatif proposés par des vendeurs particuliers ou professionnels.

Vous avez une mercerie ou une boutique physique dans les activités manuelles ou créatives et souhaitez compléter vos revenus en touchant de nouveaux clients, vous avez déjà une activité de vente en ligne dans les loisirs créatifs et souhaitez développer un chiffre d'affaires additionnel... ou vous souhaitez simplement vider vos fonds de tiroirs de fournitures créatives inutilisées, soyez les bienvenus. A little Mercerie a été conçu pour vous !

Il n'est pas obligatoire d'avoir un statut professionnel pour vous inscrire en tant que vendeur sur le site, mais, en tant que particulier, vous devez déclarer le montant de vos ventes dans votre déclaration d'impôt sur le revenu.

NB : En 2013, cette déclaration doit se faire sur le formulaire complémentaire 2042C dans la catégorie « BIC non professionnel ». Le formulaire est à se procurer au centre des impôts ou à télécharger sur Internet.

Néanmoins, dès lors que vous atteignez un certain volume de ventes et que votre activité de vente en ligne ne peut plus être considérée comme une simple activité occasionnelle, nous vous conseillons fortement de prendre un statut professionnel afin de vous conformer à la législation en vigueur en matière de commerce régulier (par exemple le statut d'auto-entrepreneur pour commencer car il est avantageux en termes de charges et simple à mettre en place).

Pour tout savoir sur les différents statuts et la législation en place, consultez notre guide « [Les statuts pour vendre sur Internet](#) ».

NB : Si vous souhaitez obtenir plus d'informations ou de l'aide pour remplir votre déclaration de revenus et faire figurer les sommes perçues sur AlittleMercerie.com, appelez le 0810 467 687 ou visitez le site www.impots.gouv.fr.

D. Combien ça coûte ?

Les frais sont minimums sur A little Mercerie. L'ouverture de la boutique et la mise en ligne des objets sont gratuites et illimitées : vous pouvez mettre en vente autant d'objets que vous le souhaitez et les laisser disponibles à la vente autant de temps que vous le voulez.

Nous nous rémunérons uniquement au travers d'une **commission sur vente de 10% du montant de la commande, hors frais de livraison**.

En conclusion, cela ne vous coûte quelque chose que si vous vendez. C'est plutôt une bonne nouvelle vous ne trouvez pas ?!

Pour tout savoir sur les conditions de vente sur A little Mercerie, nous vous recommandons vivement de lire (ou de relire !) attentivement nos [Conditions Générales d'Utilisation](#).

E. Quels sont les avantages à vendre sur A little Mercerie ?

Ouvrir votre boutique sur A little Mercerie, vous permet :

- d'accéder gratuitement à un espace de vente performant visité par des centaines de milliers d'internautes par mois (et oui, ils sont nombreux !)
- de bénéficier de nombreux outils d'aide à la vente gratuits et des conseils de la fine équipe pour démarrer et optimiser vos ventes
- de suivre les résultats de votre activité à travers un tableau de bord statistiques simple, créé rien que pour vous par notre Super Loïc national.
- de bénéficier de l'aide du service « Bien être et Loyauté » en cas de question ou de souci sur une vente
- de garantir à vos clients des transactions sécurisées grâce aux systèmes de paiement que nous mettons à votre disposition
- de profiter des campagnes de communication dans les médias (vous serez peut-être une star !)
- de rejoindre une aventure humaine unique à la hauteur de votre investissement !
- de rejoindre une communauté bouillonnante et pleine de vie grâce au forum et aux nombreuses activités communautaires du site : votes, commentaires, favoris, familles, défi des vendeurs, évènements, rencontres, etc.

2. CHAPITRE 2 : DÉBUTER SON ACTIVITÉ

Ouvrir sa boutique ET mettre vos produits en vente sur A little Mercerie est la toute 1ère étape du début de votre activité sur le site et donc celle sur laquelle il faut que vous concentriez vos efforts dès votre inscription. Elle n'est nullement la garantie de vendre instantanément vos produits mais elle en est le prérequis nécessaire et en sera le tremplin.

Comme dans un vrai magasin, la réussite ne se fait pas en un jour, il faut prendre le temps de construire son offre, son réseau et sa clientèle. Et pour cela, il faut comprendre le fonctionnement des outils que vous avez à disposition et dans quels cas les utiliser.

Ce chapitre est fait pour vous donner les bases sur lesquelles vous pourrez ensuite développer votre activité comme vous le souhaitez sur le site... car après tout vous êtes ici chez vous !

A. Comment ouvrir sa boutique ?

Pour vendre sur A little Mercerie, il faut 3 choses : un compte A little, une boutique A little Mercerie et des produits.

L'offre, vos produits, ça c'est votre affaire, nous on s'occupe de vous fournir les 2 autres ! Pour avoir un compte A little, rien de plus simple, il suffit de s'inscrire sur le site avec une adresse email (unique), un nom d'utilisateur (unique) et un mot de passe confidentiel auquel vous seul avez accès.

Pour ouvrir une boutique A little Mercerie, vous avez le choix :

- Soit vous n'avez pas encore de compte sur aucun des sites A little (Market, Mercerie) et vous pouvez ouvrir votre boutique pendant le processus d'inscription, c'est-à-dire au moment où vous vous créez un compte, en cliquant sur "Créer votre boutique" à la question "Que voulez-vous faire ?".
- Soit vous disposez déjà d'un compte A little, et vous n'avez qu'à vous connecter et vous rendre dans votre Espace perso et cliquez sur le bouton bleu « Créer ma boutique ».

Important : l'adresse email, le nom d'utilisateur et le nom de boutique sur un compte sont **uniques** et ne peuvent être utilisés s'ils sont déjà présents dans la base de données A little.
De plus, une fois votre boutique créée, il n'est **plus possible de changer sa date de création**.

Comment modifier votre adresse email ?

Si vous souhaitez modifier l'adresse email de votre compte, il vous suffit d'aller dans vos [Paramètres de compte](#) et de modifier directement votre adresse dans la case « **Email** ». Une fois changée, cliquez sur le bouton « **Valider** » en bas de la page.

Nul besoin d'attendre une confirmation de la modification par email, votre nouvelle adresse email est instantanément prise en compte.

*NB : l'adresse email est unique pour chaque compte. Si vous la modifiez sur A little Mercerie, **la modification s'effectuera automatiquement sur l'ensemble des sites A little** (Mercerie, Market).*

Attention : Personnaliser sa boutique

1. Le nom de la boutique, votre marque

Lorsque vous ouvrez un compte sur A little Mercerie, vous devez choisir **un nom d'utilisateur appelé aussi "Pseudo"**. Votre nom d'utilisateur (rattaché à votre compte sur tous les sites A little) et votre **nom de boutique** peuvent être différents. Visible sur le site, **le nom de boutique représente votre univers, il est votre marque**.

Le nom d'utilisateur quant à lui vous identifie comme une personne et non comme une marque.
Exemple : Monsieur Jean Dupond (nom d'utilisateur : j-dupond) crée la marque "au-marchand-de-couleur" (nom de boutique).

Le nom de boutique est donc très important car il va permettre aux visiteurs (donc potentiels clients) **d'identifier votre marque sur le site**. Vous pourrez ensuite communiquer à vos amis, prospects (potentiels clients) et mettre sur vos cartes de visite. L'adresse de votre boutique sera composée de cette façon : [http:// nom-de-boutique.alittlemercerie.com](http://nom-de-boutique.alittlemercerie.com)



Comment choisir votre nom d'utilisateur ?

Le nom d'utilisateur vous permettra de vous connecter sur le site. Vous devez indiquer le nom complet, au tiret près.

Sachez que s'il y a un espace dans le nom d'utilisateur (exemple : adnan alm), il est remplacé par un tiret lors de vos identifications sur le site. Exemple : adnan alm devient adnan-alm. Je dois donc me connecter avec le nom adnan-alm

Comment choisir votre nom de boutique ?

Vous avez déjà une marque ? Prenez le nom de votre marque.

Vous n'avez pas de marque ? Choisissez un nom de boutique qui deviendra votre marque.

- ✓ **Le nom de boutique doit être simple** : idéalement un seul mot

Pour que vos clients vous retrouvent rapidement sur le site, évitez de prendre un nom d'utilisateur trop compliqué et dont l'orthographe est incertaine pour ceux qui vous cherchent. Exemple avec « La mercerie de Nicolas », l'adresse serait : <http://la-mercerie-de-nicolas.alittlemercerie.com>. C'est trop long ! Préférez « Nico-Créa » qui donnera alors : <http://nico-crea.alittlemercerie.com>

Mettez-vous à la place des personnes qui saisiront cette adresse dans leur navigateur Internet (si en plus ils ont des gros doigts, ce n'est pas gagné !).

- ✓ **Le nom de boutique doit être original et facile à retenir.**

Pour vous trouver, les internautes saisiront votre nom de boutique sur Google ou sur le moteur de recherche d'A little Mercerie. Si par exemple vous choisissez un nom de boutique type «La mercerie de Nicolas», lorsque les résultats de recherche apparaîtront, vous entrerez en concurrence avec tous les vendeurs qui auront choisi de s'appeler «La mercerie de ...». Soyez donc plus original pour qu'on ne voie que vous !

✓ **Le nom de boutique doit faire pro**

Évitez de choisir un nom de boutique du type « Nico1977 ». Sur internet, cela donnera l'impression à vos clients de s'adresser à un vendeur peu sérieux. En revanche, il peut constituer un nom d'utilisateur pour vous connecter sur le site. Même si vous n'avez pas de statut professionnel, il faut vous comporter comme tel pour rassurer vos clients : vous êtes un vendeur motivé, il vous faut un nom de boutique sérieux.

Comment changer votre nom d'utilisateur et votre nom de boutique ?

- Pour changer votre nom d'utilisateur, rendez-vous sur l'icône Mon compte et cliquez sur [Paramètres de compte](#).
- Pour changer votre nom de boutique, rendez-vous sur votre Espace perso, cliquez sur Boutique puis sur [Apparence](#).

Attention ! A chaque fois que vous changez de nom de boutique, vous perdez votre notoriété auprès des clients et votre visibilité sur Google (elle reviendra mais cela prend du temps). Le mieux est donc de bien choisir votre nom de boutique dès le début, avant de vous lancer.

En revanche, un changement de nom de boutique n'aura aucun impact sur le paramétrage de votre boutique (nombre de favoris, produits, votes, commentaires, bannière & avatar etc.). Toutes vos informations resteront intactes, vous ne perdez aucune donnée.

2. Votre photo de profil

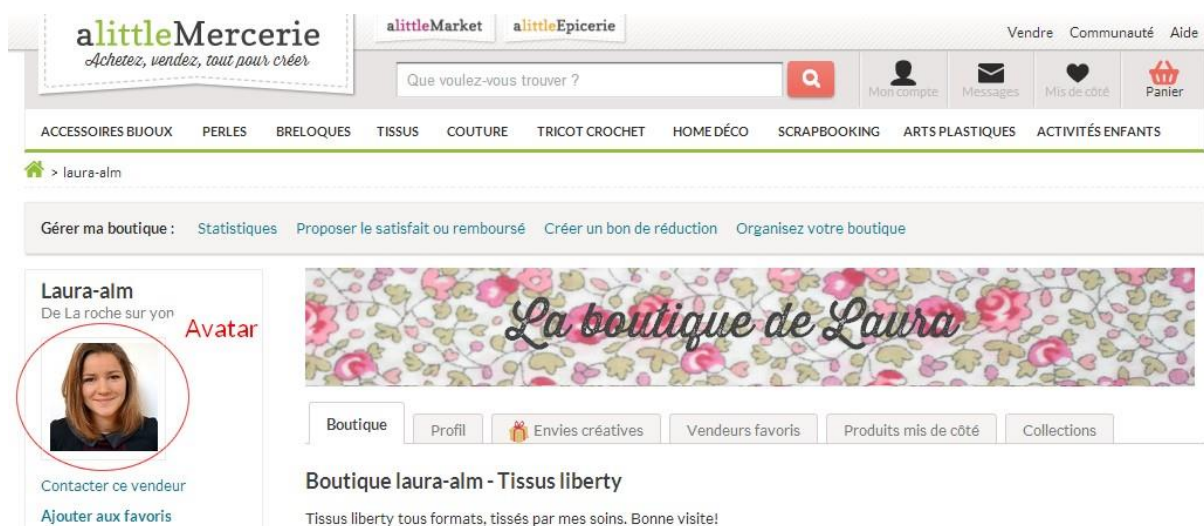
La photo de profil, comme son nom l'indique, est la photo qui est associée à votre profil partout sur le site. C'est cette photo qui apparaîtra sur votre boutique, qui ressortira lorsque des membres

chercheront votre nom d'utilisateur sur le site et c'est également elle qui illustrera les messages échangés avec des clients ou que vous laisserez sur le forum.

Si vous aviez une boutique physique, ce serait l'enseigne à la porte d'entrée. Ça peut également être votre logo si vous avez une marque.

NB : vous la trouverez également appelée « avatar » sur le site. La photo de profil est liée à votre compte A little, elle sera donc la même sur tous les sites A little (Market, Mercerie).

Bien choisir son photo de profil a donc son importance car elle a une fonction de représentation et c'est sur elle que les clients se feront une première idée de vous mais également de votre boutique et de votre univers créatif.



Comment (bien) choisir votre photo de profil ?

✓ **Votre photo de profil doit faire 92 x 92 pixels**

Il existe de nombreux logiciels très simples qui permettent de redimensionner vos photos à la taille souhaitée. **Picasa** et **Paint**, qui fait partie des logiciels de base installé sur tous les ordinateurs Windows, par exemple.

Sur Paint, il vous suffit d'ouvrir votre image avec Paint, de cliquer ensuite sur « Redimensionner », de sélectionner « Pixels » et de renseigner le format souhaité.

✓ **Choisissez une photo de profil qui fasse pro**

Cela doit être une image qui représente votre marque, votre univers créatif. Si vous avez un logo, c'est le lieu idéal pour le placer.

Si vous n'avez pas de logo, cela peut être une illustration ou un portrait de vous. Autre idée : vous pouvez choisir une photo de vous en situation de travail (par exemple dans votre atelier).

Nous vous déconseillons de mettre une photo trop personnelle qui donnera l'impression aux visiteurs que vous ne prenez pas la vente au sérieux (évitons de choisir votre chat, vos enfants, une photo de vacances floue et mal cadrée).

✓ **Avatar : Oui**



X Avatar : Non



Comment enregistrer votre photo de profil sur le site ?

Pour mettre votre photo de profil sur le site, rendez-vous sur l'icône Mon compte et cliquez sur [Paramètres de compte](#). Sur la page qui s'ouvre, cliquez sur « Choisissez un fichier », sélectionnez votre image et cliquez sur le bouton vert « Valider » en bas.

Si vous souhaitez changer votre photo de profil, suivez ce même processus mais cliquez sur le bouton vert « Mettre à jour » à droite de la page, au lieu de « Valider » en bas. Nous vous déconseillons néanmoins de changer trop souvent votre photo de profil car, au même titre que votre nom d'utilisateur, c'est une caractéristique de représentation forte et très présente sur le site.

Pour visualiser votre nouvelle photo de profil, vous devez vider votre cache et les cookies de votre

navigateur. **Attention** ! L'enregistrement de la modification de votre photo de profil peut néanmoins prendre quelques minutes avant qu'elle soit visible sur le site.

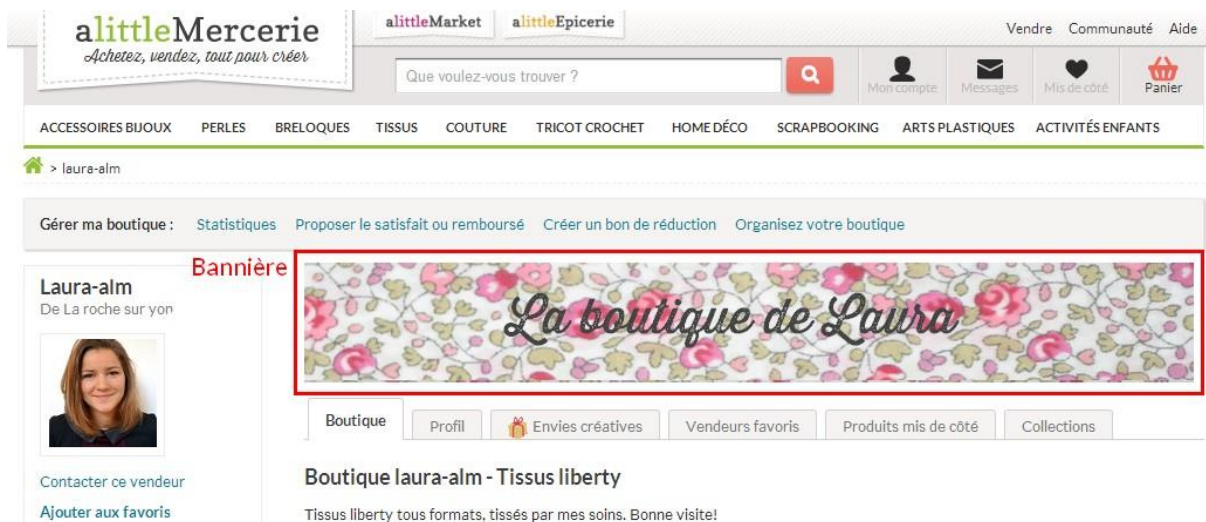
Comment vider son cache et ses cookies ?

- *Sous Internet Explorer, allez dans Outils > Options Internet > Supprimer les cookies.*
- *Sous Mozilla Firefox, en bas de la page d'accueil, allez dans Paramètres > Options > Vie privée > Supprimer des cookies spécifiques et cliquez sur « Supprimer tous les cookies ».*
- *Sous Google Chrome, cliquez sur l'icône des 3 traits horizontaux (ou la clé à molette) en haut à droite (en dessous de la croix pour fermer) et allez dans Outils > Effacer les données de navigation.*

3. Votre bannière

La bannière est le bandeau qui s'affiche en haut de votre boutique. Si vous aviez une boutique physique, ce serait la devanture.

La bannière est liée à votre boutique et n'est visible que sur celle-ci. Elle se situe néanmoins en haut de cette page boutique et occupe un espace important visuellement. Il est donc très important de la soigner car elle participe beaucoup de l'apparence de votre boutique et donc de l'impression faite au visiteur. Il ne s'agit donc pas de rater cette occasion d'à la fois faire entrer le visiteur dans votre univers visuel mais aussi de renforcer le caractère fiable et sérieux de votre boutique aux yeux des clients.



Comment créer sa bannière ?

✓ **La bannière doit faire 760 x 100 pixels et doit être au format JPG**

Créez bien votre bannière directement aux bonnes dimensions, sinon vous risquez de déformer le visuel en redimensionnant votre bannière à la bonne taille et le rendu fera très amateur. Si vous souhaitez créer votre bannière vous-même, vous pouvez utiliser des logiciels comme Photoshop, Paint ou encore PicMonkey. Pour ce faire, vous pouvez vous appuyer sur notre [Guide de réalisation de bannière](#) qui détaille toutes les étapes nécessaires pour faire une jolie bannière.

Si vous préférez faire appel à un graphiste expérimenté, sachez que certains vendeurs d'A little Mercerie proposent de réaliser votre bannière : [Voir les Vendeurs de bannières](#)

✓ **La bannière est le reflet de votre univers créatif**

Si vous n'êtes pas très à l'aise dans la création graphique, partez plutôt sur une bannière simple et sobre qu'une bannière trop chargée, trop personnalisée ou encore une bannière n'ayant aucun rapport avec vos produits.

Et bien sûr, évitez par-dessus tout de mettre en ligne une bannière mal dimensionnée qui sera déformée. Mieux vaut pas de bannière du tout que quelque chose de difforme ou d'un panneau clignotant qui fait mal aux yeux, on n'est pas à Las Vegas !

Bannière : Oui



Bannière : Non



Comment mettre en ligne votre bannière sur votre boutique ?

Pour mettre en ligne votre bannière, rendez-vous sur l'icône Mon compte et cliquez sur [Gestion de mes produits > Apparence](#). À côté de Bannière de votre boutique, cliquez sur « Parcourir », choisissez votre fichier (format JPG) puis cliquez en bas sur le bouton vers « Mettre à jour ».

Si vous souhaitez changer votre bannière, suivez ce même processus mais cliquez sur le bouton vers « Mettre à jour » à droite de la page.

Pour visualiser votre nouvelle bannière, vous devez vider votre cache et les cookies de votre navigateur. **Attention** ! L'enregistrement de la modification de votre bannière prendra néanmoins 24h avant qu'elle soit visible sur le site.

Comment vider son cache et ses cookies ?

- Sous Internet Explorer, allez dans Outils > Options Internet > Supprimer les cookies.
- Sous Mozilla Firefox, en bas de la page d'accueil, allez dans Paramètres > Options > Vie privée > Supprimer des cookies spécifiques et cliquez sur « Supprimer tous les cookies ».
- Sous Google Chrome, cliquez sur l'icône des 3 traits horizontaux (ou la clé à molette) en haut à droite (en dessous de la croix pour fermer) et allez dans Outils > Effacer les données de navigation.

4. Descriptif de votre boutique, parlez-nous de vous !

Le descriptif de votre boutique est l'occasion de vous présenter à tous les visiteurs qui passeront par votre boutique, de leur parler de vous et de votre univers créatif pour leur faire comprendre qui vous êtes et ce que vous faites. Sur A little Mercerie, les clients cherchent avant tout des fournitures qui les inspirent mais aussi le fait de 'rencontrer' le vendeur.

Le descriptif de votre boutique se compose de 3 éléments principaux :

- ✓ **Le sous-titre de votre boutique** : il vous permet de compléter le nom de votre boutique avec une petite accroche, un slogan ou un descriptif en quelques mots (là encore, soyez court, efficace et pro !).
- ✓ **Le message d'accueil** : il vous permet de présenter plus précisément votre boutique et votre activité. Là encore, il ne faut pas être trop long, mais percutant.
- ✓ **Votre biographie** : cet espace vous est consacré à 100% ! Qui êtes-vous, quel est votre parcours, comment êtes-vous devenu vendeur, qu'est-ce qui vous inspire...

The screenshot shows the 'alittleMercerie' website interface. At the top, there's a header with the site logo and navigation links like 'Vendre', 'Communauté', and 'Aide'. Below this is a search bar and a menu with categories like 'ACCESSOIRES BIJOUX', 'PERLES', 'BRELOQUES', etc. The main content area is for a seller named 'Laura-alm'. It includes a profile picture, a bio, and a list of products. A red box highlights the sub-title 'Boutique laura-alm - Tissus liberty', and another red box highlights the welcome message 'Tissus liberty tous formats, tissés par mes soins. Bonne visite!'. A red arrow points to the sub-title with the label 'Le sous-titre de votre boutique', and another red arrow points to the welcome message with the label 'Le message d'accueil'.

Important : Chaque élément textuel de votre boutique (titre, sous-titre, biographie, titre de vos produits, descriptions de vos produits, etc.) doit être optimisé afin de pouvoir être trouvé facilement sur Google lors des recherches de vos peut-être futurs clients. Votre présence sur Google et les autres moteurs de recherche est ce qu'on appelle le « référencement naturel ». Il faut que les mots utilisés décrivent au mieux votre article de façon simple et factuelle, en imaginant la recherche que ferait un internaute qui chercherait votre type de produits.

Par exemple, si vous vendez du tissu, employez simplement des mots en rapport avec "tissu" pour décrire votre activité (tissu, tissé...etc.), et évitez les expressions trop compliquées du type "étoffe de fils entrelacés " : personne ne fait ce genre de recherche sur Internet, et donc personne ne vous trouvera.



Que ce soit dans votre boutique ou sur vos produits, vous n'êtes pas autorisé à mettre en avant l'adresse d'un autre site de vente en ligne, même s'il s'agit de votre site personnel, ni un email de contact (nous vous fournissons une messagerie).

Pour compléter ces trois éléments de descriptif boutique, allez sur la page [Mon compte > Gestion de mes produits > Apparence](#)

Pour aller plus loin...

[Consultez notre guide complet sur le référencement](#) ainsi que notre article « [Comment améliorer son référencement naturel](#) » afin d'optimiser votre présence sur Internet et les moteurs de recherche (Google, etc).

B. Paramétrer sa boutique

Avant de vous lancer dans la mise en ligne de vos articles, vous devez définir certains éléments de votre boutique : votre statut, les modes de paiement, votre politique de livraison, vos conditions générales de vente, etc.

1. Choisir son statut

Vendre sur Internet en tant que particulier n'est pas interdit. La seule obligation est de déclarer vos revenus sur votre déclaration d'impôts.

Cependant, si votre activité de vente n'est pas "occasionnelle" mais régulière (vous vendez régulièrement sur le site et/ou sur plusieurs plateformes, ou vous participez les week-ends à des expoventes), nous vous recommandons vivement d'opter pour un statut professionnel (de type auto-entrepreneur par exemple pour commencer) afin de vous conformer à la loi.

Si vous débutez, vous pourrez bien sûr changer de statut plus tard. **Pour changer votre statut de vendeur, rendez-vous** dans [Mon compte > Gestion de mes produits > Statut et CGV](#)

Toutes les précisions sur quel statut choisir et les contraintes législatives liées sont disponibles au Chapitre 1 dans [Qui peut vendre sur A little Mercerie ?](#)

2. Les modes de paiement

Il existe 5 modes de paiement sur A little Mercerie. Les informations que vous trouverez dans ce paragraphe concernent les transactions qui ne seront passées QUE dans votre boutique et votre boutique seulement !

En effet, sur A little Mercerie, **un client peut passer commande auprès de plusieurs boutiques en même temps** et en ne payant qu'en une seule fois tous les articles mis dans son panier, même s'ils proviennent de différentes boutiques. **C'est ce qu'on appelle le panier commun.**

Le montant de la commande groupée sera ensuite automatiquement réparti par boutique (chaque boutique recevra le paiement qui lui revient). **Dans le cas du panier commun**, vous n'avez pas la main pour lui proposer les modes de paiement disponibles dans votre boutique, **le client ne peut payer que par CB, PayPal ou Porte-Monnaie**. Les autres moyens de paiement ne lui seront pas proposés.

Les modes de paiement disponibles ci-dessous sont donc ceux que vous pouvez choisir de proposer à vos clients sur votre boutique A little Mercerie. Il est important de bien réfléchir aux modes de paiement que vous voulez sélectionner car ils ont une influence sur votre capacité à vendre vos produits à différents profils de clients. Vous pouvez proposer jusqu'à 5 moyens de paiement sur votre boutique :

- Carte bancaire
- Porte-monnaie A little
- PayPal
- Chèque
- Virement

> **La carte bancaire** est **automatiquement paramétrée** pour les achats sur votre boutique (90% des transactions sont en effet effectuées par carte bancaire sur le site). Le paiement, qui est opéré par notre prestataire Payline, est **totalelement sécurisé** pour vos clients. En cas de paiement par carte bancaire, **vous disposez d'un délai de 72 heures pour confirmer la commande** depuis

vosre interface de suivi de ventes. Passé ce délai, la commande sera automatiquement annulée et l'acheteur remboursé.

> **Le porte-monnaie** est un moyen de paiement que nous avons développé pour vous permettre de payer vos achats avec les recettes de vos ventes. Il est automatiquement paramétré sur votre compte A little et ne peut être supprimé.

Lorsque vous êtes payé par carte bancaire ou par porte-monnaie, le montant de la vente est transféré vers votre porte-monnaie lié à votre compte. Vous pouvez alors soit demander le transfert de l'argent qui se trouve sur votre porte-monnaie vers votre compte bancaire, soit effectuer des achats sur l'un de nos sites directement avec votre porte-monnaie (AlittleMarket.com et AlittleMercerie.com).

Pour accéder à votre porte-monnaie, rendez-vous dans [Mon compte > Porte-monnaie](#).

Lors des paiements par carte bancaire et porte-monnaie, des **frais de transaction sont appliqués indépendamment de la commission**. Ils s'élèvent à **5% du montant total de la transaction** (frais de livraison compris) et correspondent aux frais appliqués par notre banque pour ces services. Pour les commandes réglées par CB et porte-monnaie, la commission et les frais de transaction sont directement prélevées au moment où vous validez la commande.

> **PayPal** est un moyen de paiement sécurisé international qui permet à vos clients de payer leurs achats sur différents sites sans avoir à renseigner à chaque fois leurs numéros de cartes bancaires. Si vous avez déjà un compte PayPal, nous vous conseillons de proposer PayPal en mode de paiement sur votre boutique car il est très prisé des clients.

Nous ne prenons pas de frais de transaction lors des paiements par PayPal. Les frais de transactions sont internes à PayPal, et donc à voir directement sur leur site internet.

Pour plus d'informations sur ce mode de paiement, rendez-vous sur le site [Paypal.com](https://www.paypal.com)

> **Virement** : vous pouvez proposer à vos clients de payer leurs achats en transférant le montant de la vente sur votre compte bancaire. Il faut bien sûr que vous ayez renseigné votre RIB au préalable dans [Mon compte > Paramètres de compte > Moyens de paiement](#)

Nous ne prenons pas de frais de transaction pour les paiements par virement bancaire. Les possibles frais de transaction sont à voir avec votre banque.

> **Chèque** : le client recevra votre adresse pour expédier le chèque, dans son message de confirmation de commande. N'oubliez pas de mettre à jour votre adresse sur le site en cas de déménagement, et, tout comme pour le virement, **attendez toujours impérativement la réception du chèque avant d'envoyer votre colis.**

Nous ne prenons pas de frais de transaction lors des paiements par chèque.

Restriction géographique

Vous ne pouvez pas proposer de **paiement par carte bancaire et virement bancaire** si vous **ne** faites **pas** partie de **la zone SEPA** (Single Euro Payments Area). La zone SEPA compte **33 pays** : les 28 pays-membres de l'Union européenne ainsi que l'Islande, le Liechtenstein, la Norvège, la Suisse et Monaco. Pour la France, les départements et régions d'outre-mer (Guadeloupe, Martinique, Guyane, Réunion et Mayotte) et les territoires de Saint-Pierre-et-Miquelon, Saint-Barthélemy et la partie française de Saint-Martin font partie de l'espace SEPA. Ce n'est pas le cas des territoires situés dans le Pacifique.

Paiement en 3 fois - Cas particulier des commandes supérieures à 40 €

Si une commande est supérieure ou égale à 40€, nous offrons la possibilité au client de régler ses achats en 3 fois s'il le souhaite. En revanche, le paiement en 3 fois n'est techniquement possible qu'avec la carte bancaire et avec aucun autre mode de paiement, que ce soit pour une commande en panier commun ou une commande dans une seule boutique.

Comment changer le paramétrage de vos modes de paiement ?

Rendez-vous dans [Mon compte > Paramètres de compte > Moyens de paiement](#). Votre RIB nous permettra de transférer le montant des ventes réalisées par carte bancaire ou porte-monnaie vers votre compte bancaire. Il ne peut en aucun cas nous servir à prendre de l'argent sur votre compte.

Pour aller plus loin...

Pour tout savoir sur le fonctionnement des paiements, consultez notre guide [Mode d'emploi des systèmes de paiement](#)

3. Profils d'expédition

Les profils d'expédition sont les conditions et modes d'envoi de vos articles.

Il est important de bien paramétrer vos frais de livraison car il s'agit d'un des freins les plus importants à l'achat en e-commerce pour les clients. Des frais de livraison trop chers ou mal paramétrés peuvent vous faire perdre des clients ou créer de l'insatisfaction.

Comment cela fonctionne ?

Les tarifs de livraison sont définis par la Poste ou d'autres transporteurs en fonction du poids et/ou de la taille du colis. Les frais de livraison sont souvent les mêmes pour une même catégorie d'articles qui auraient la même taille ou le même poids (perles, breloques, etc...).

Nous vous proposons donc de prédéfinir des «Profils » d'expédition que vous pouvez appliquer aux articles de votre choix. Pour chaque profil d'expédition, il faut d'abord indiquer le pays ou la zone de livraison où vous souhaitez pouvoir livrer, puis choisir le mode d'expédition que l'on souhaite proposer aux clients (colissimo, lettre max, etc.).

En plus des prestataires de livraison classiques (La Poste, DHL, TNT et autres transporteurs), nous vous proposons d'expédier vos articles grâce à Mondial Relay.

Pour tout savoir sur ce mode de livraison en « Point Relais », consultez notre [Mode d'emploi livraison en point relais](#).

Attention, si la commande n'est pas livrée à temps, et ni dans un délai supplémentaire raisonnable, le client peut demander à l'annuler.

Pour avoir des conseils sur les modes d'envoi d'articles particuliers, tels que les colis volumineux, n'hésitez pas à aller directement vous renseigner auprès de la communauté, via le forum ou en contactant un vendeur dans la même situation que vous par message privé.

Comment déterminer le montant des frais de livraison ?

A vous de déterminer les frais de livraison en fonction à la fois du type de vos articles et du mode d'expédition que vous souhaitez proposer pour chaque type d'article (avec ou sans suivi,

recommandé ou non). Pour cela, nous vous conseillons de vous renseigner au préalable sur le site du transporteur pour connaître ses tarifs (La Poste, Colissimo, Chronopost, etc.).

Par ailleurs, une fois vos coûts prévisionnels connus, **nous vous conseillons fortement de proposer les frais de livraison gratuits** (dès le 1^{er} article, ou alors à partir d'un certain montant de commande).

Afin de proposer les frais de livraison gratuits sans que cela ne vous coûte, vous pouvez simplement les intégrer dans le prix de vente de vos articles. Au final, le prix sera le même pour vos clients, mais l'argument « Livraison gratuite » vous fera gagner des ventes.

Pour quelles raisons proposer des frais de livraison gratuits ?

➤ **Des frais de livraison trop élevés vous feront perdre des ventes.**

Rien ne vaut une illustration par l'exemple : dans le cas d'un lot de breloques vendu 8 euros avec 4 euros de frais de livraison, l'expédition rajoute plus de 50% supplémentaires au prix initial, et psychologiquement, cela peut être un frein pour un client. Il vaut mieux dans ce cas proposer à vos clients un lot de breloques à 12 euros, avec frais de livraison offerts. Intégrer les frais de livraison jouera toujours en votre faveur car votre client aura une bonne perception de votre boutique si les frais de livraisons sont à 0 euros.

Si vous êtes réticent, sachez que vos clients ne sont pas dupes, ils savent que vous prenez une marge sur les produits que vous vendez, ce qui est tout à fait normal car votre savoir-faire, en plus du coût de fabrication et d'expédition, doit être pris en compte dans le prix. Ce que vos clients veulent au final c'est savoir combien ils payent lors de la validation de leur panier.

C'est une astuce simple mais qui a fait ses preuves : nous avons constaté que les vendeurs qui proposent les frais de livraison à 0 euros réalisent en moyenne 15% de vente supplémentaire.

➤ **Sur une place de marché les frais de livraison s'accumulent.**

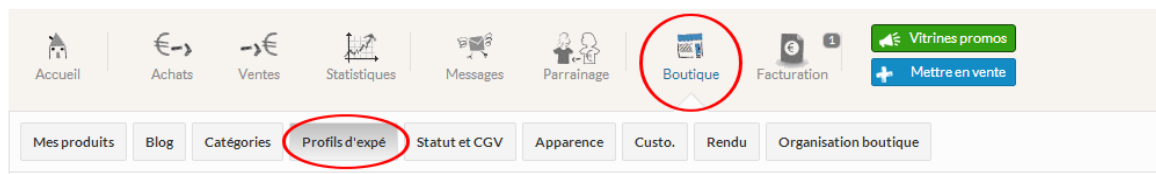
A little Mercerie est une place de marché : les boutiques sont indépendantes les unes des autres. Lorsqu'un client met plusieurs articles de plusieurs boutiques dans son panier, il a la possibilité de payer en une seule fois, mais devra payer pour chaque boutique des frais d'expédition. L'accumulation de frais de livraison pour chaque boutique risque de lui faire renoncer à son achat

(3€ + 3€ + 3€, ça fait beaucoup à la fin).

Proposer des frais de livraison gratuits devrait vous éviter que votre client enlève vos produits de son panier au moment de payer.

Où aller pour paramétrer vos profils d'expédition ?

Pour paramétrer vos différents profils d'expédition : [Mon compte > Gestion de mes produits > Profils d'expé.](#)



ATTENTION : Vous ne pouvez pas supprimer un profil d'expédition si celui-ci est déjà appliqué à un de vos produits. Vous devez au préalable le retirer de votre produit.

Pour aller plus loin...

Pour en savoir plus, consultez l'article de coaching très complet [Faire une offre sur la livraison](#), ainsi que notre guide dédié au paramétrage des frais de livraison [Profil d'expédition mode d'emploi](#).

4. Vos Conditions Générales de Ventes

Que vous soyez professionnel ou particulier, les conditions de vente sont faites pour expliquer à vos clients comment vous fonctionnez. Cela évitera les litiges ou le mécontentement par la suite, il est donc important de vous pencher sur le sujet. Veillez néanmoins à élaborer des CGV respectant la loi et les CGU du site sinon elles ne pourront être considérées comme applicables.

Vos conditions de vente sont affichées sous chaque article dans l'onglet du même nom.

Quelles sont les informations indiquées à vos clients ?

- **Votre statut de vendeur** : pro ou particulier.

- **Vos coordonnées** (SIRET, Nom de société) si vous êtes professionnel.
- **Le délai de livraison**, calculé automatiquement en fonction des modes d'expédition que vous avez choisi.
- **Les modes de paiement** que vous avez paramétrés.
- **Les avantages clients** que vous proposez s'il y en a (satisfait ou remboursé, retour gratuit etc.)
- **Un formulaire de rétractation** (uniquement pour les vendeurs professionnels, ou les particuliers proposant le Satisfait ou Remboursé) à remplir par votre client s'il souhaite exercer son droit de rétractation pour retourner son article. Sa demande est valable pendant un délai de 14 jours à compter de la date de réception de la commande.

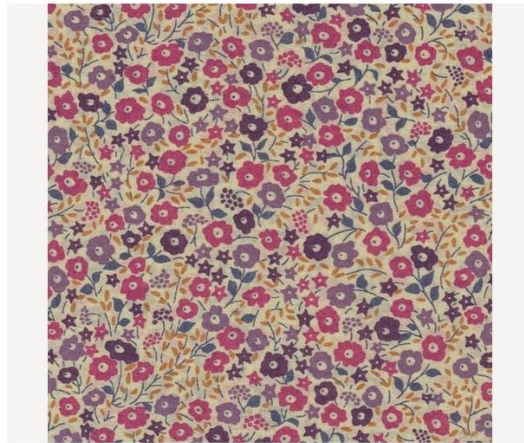
Rappel : proposer **le satisfait ou remboursé est obligatoire pour les vendeurs professionnels** car il correspond au droit de rétractation accordé par la loi à tout consommateur ayant fait un achat e-commerce. L'acheteur dispose de 14 jours pour retourner le produit à compter de la date de réception de sa commande (ou du dernier produit dans le cas d'une commande multiple).

Pour modifier vos CGV : [Mon compte > Gestion de mes produits > Statut et CGV](#)

[Retour sur la boutique de laura-alm](#)

[Produit précédent](#) | [Produit suivant](#)

Tissu Liberty à fleurs bleues, roses, violettes et jaunes



[J'aime](#) 0 [Twitter](#) 0 [Pinterest](#) 0 [Envoyer à un ami](#)

[Description](#) [Frais de port](#) [Conditions de vente](#)

Statut : Professionnel

Nom de la société : Vente de tissus

Siret : 48498279800015

Livraison : 5 jour(s)

Modes de paiement : Carte bancaire, Chèque, Porte-monnaie

VENDEUR : LAURA-ALM

De La roche sur yon - France métropolitaine

Evaluations (2) : 100%



[Contacter ce vendeur](#)

Ses autres produits



[Découvrir sa boutique](#)

1 000,00 € PLUS QUE 1 PIÈCE
soit 2 000,00 €/m

[Ajouter au panier](#)

[Mettre de côté](#)

[Ajouter à mes envies créatives](#)

INFOS PAIEMENT & LIVRAISON

[Frais de port](#) : à partir de 4.00 € [Plus de détails](#)

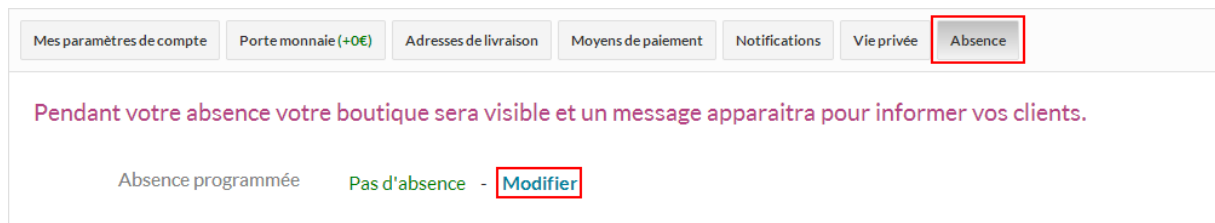
Livraison : 5 jour(s) [Sous condition](#)

Modes de paiement : Carte bancaire, Chèque, Porte-monnaie

5. Les absences

Si, pour n'importe quelle raison (des vacances par exemple), vous n'êtes pas disponible pour gérer votre boutique pendant un certain temps, vous pouvez **programmer une absence** sur votre boutique.

Pour cela, vous devez renseigner la date de début et de fin de votre absence, et préciser si oui ou non vous souhaitez bloquer les commandes pendant votre absence. Vos clients seront informés de votre absence **directement sur votre boutique**.



The screenshot shows a horizontal menu with several options: 'Mes paramètres de compte', 'Porte monnaie (+0€)', 'Adresses de livraison', 'Moyens de paiement', 'Notifications', 'Vie privée', and 'Absence'. The 'Absence' option is highlighted with a red rectangular box. Below the menu, a pink message states: 'Pendant votre absence votre boutique sera visible et un message apparaîtra pour informer vos clients.' At the bottom, there are two status options: 'Absence programmée' and 'Pas d'absence', followed by a red 'Modifier' button.

Pour programmer une absence, rendez-vous dans [Mon compte > Paramètres de compte > Absence](#).

C. Mettre en ligne ses produits

1. Vos produits, photos & description

Avant toute chose, nous vous rappelons qu'A little Mercerie est une place de marché de **produits et fournitures de loisirs créatifs**. Tout autre type de produit qui sera mis en vente sur le site sera supprimé.

Si vous avez un doute sur la validité de la mise en vente de votre produit nous vous invitons à [consulter la liste détaillée des produits autorisés à la vente sur A little Mercerie](#).

Il est par ailleurs ESSENTIEL d'avoir un tant soit peu **préparé la mise en ligne de ses produits** et ce en plusieurs étapes clés :

- Il faut bien sûr déjà **avoir plusieurs produits à mettre en vente** (au moins 10-15 car une boutique avec peu de produits n'est pas très engageante) et ça c'est votre domaine, c'est vous l'expert ;)
- Il faut avoir **étudié l'offre déjà présente sur le site** et regarder **comment faire pour se différencier, sortir du lot** par rapport à d'autres boutiques proposant des produits du même type que les vôtres.
- Il faut avoir **préparé la façon dont vous allez décrire chacun de vos produits** pour répondre à 2 prérequis de la vente en ligne :
 - **fournir toutes les informations** concernant votre produit (ce qu'elle est, sa réalisation, les matériaux, la couleur, le style...). Un défaut d'information suffit pour qu'un visiteur n'achète finalement pas votre produit sans prendre le temps de vous demander un complément d'information.
 - **donner envie d'acheter** votre produit (sans tomber dans un discours commercial) en décrivant son utilisation ou l'effet de son utilisation par le client.
 - **Et savoir structurer ses descriptions** de vos produits par titre, sous-titre, description, caractéristiques, mots clés, etc.
- Et enfin - et sans cela, il serait illusoire d'espérer vendre- il faut avoir fait une vraie séance de "shooting" photo de vos produits afin de pouvoir mettre en ligne des **photos d'une qualité irréprochable** qui soient à la hauteur de vos produits, les valorisent et donnent envie de les acheter.

En effet, **pour avoir une chance de vendre un de vos produits**, vous devez avoir des **photos** irréprochables, et même **parfaites**. En effet, il est très simple pour le visiteur et potentiel client de comparer plusieurs produits similaires, et si vous n'avez pas une photo de qualité parfaite, vous pouvez être sûr que ce n'est pas votre produit qu'il achètera.

N'oubliez pas qu'en e-commerce, **la personne ne voit pas le produit**, elle ne peut pas le toucher. Et si la photo est floue, pas assez lumineuse, le visiteur ne VERRA pas bien votre produit et ne l'achètera donc pas, il ne cliquera même pas sur la vignette produit. Vous, achèteriez-vous un article dont vous ne voyez même pas précisément les contours, mal éclairé ou avec en arrière-plan le chat dans le salon ?

Comment mettre en ligne ses produits ?

Il existe deux systèmes d'ajout de produits, avec chacun ses propres caractéristiques de fonctionnement :

- **L'ajout de fiche produit en ligne**, directement sur le site. Pour cela, rendez-vous dans [Mon compte > Gestion de mes produits](#), puis cliquez sur « [Ajouter un produit](#) » (en haut à droite de la page).
- **Le système d'import/export de catalogue**, strictement réservé aux vendeurs professionnels (A little Mercerie (c.-à-d. que vous devez avoir une boutique avec un statut professionnel)). Il permet de gagner du temps dans la mise en vente des produits à travers un traitement en masse. Le système est accessible dans votre [Espace perso > Boutique > Gestion des produits > Importer un fichier catalogue](#).
➔ Le mode d'emploi de ce nouveau système est disponible [ici](#) !

***NB :** Dans le cas de l'import/export de catalogue, les colonnes à renseigner **obligatoirement** ont un **titre rouge**. Également, les champs surlignés en rose ou gris sont les contenus à sélectionner. Vous devez pour cela choisir dans la liste des valeurs présentes dans l'onglet « **Valeurs autorisées** ». L'orthographe doit être **strictement** la même, c'est pour cela que nous vous conseillons fortement d'utiliser un **copier/coller**.*

Comment remplir sa fiche produit ?

Une fois que vous êtes sur la page de création de fiche produit en ligne, vous devez alors remplir tous les champs d'informations de votre produit et renseigner les éléments suivants :

- **Photos :** Elles doivent être au format JPG ou PNG. La taille minimum est de 450x450 pixels. N'hésitez pas à mettre plusieurs photos pour chacun de vos produits pour le présenter sous différents angles ou zoomer sur le détail choc de votre produit. Et n'oubliez pas que pour avoir une chance de vendre un de vos produits, vous devez avoir des photos PAR-FAITES. Pour ce faire, suivez les recommandations de notre [Guide Photo](#) très complet et consultez l'article de coaching très complémentaire [Comment mettre ses produits en valeur à travers ses photos ?](#)

Bon à savoir

Afin de garantir une certaine qualité visuelle dans les mises en avant produit et boutique, l'équipe marketing d'A little Mercerie prend en compte plusieurs critères dans le choix des produits qu'elle met en avant sur le site et dans les newsletters :

- Même si le **format minimum** pour les photos de produit est de **450 x 450 pixels**, nous vous recommandons d'opter pour un **format optimal de 765 x 450 pixels ou plus** si vous souhaitez donner à vos **visuels** la chance d'être retenus pour **être mis en avant** sur le site et dans les newsletters gérés par le Marketing de la Fine Equipe.
- Les photos des produits ne doivent comporter ni **logo**, ni le **nom** de la boutique, ni pièce de monnaie pour indiquer l'échelle (c'est moche !)
- Elles doivent avoir **un fond clair et uni**, ou présenter une mise en situation du produit
- Les photos des produits doivent être parfaitement **nettes** et avoir une **belle mise au point** sur le produit
- **Le produit doit être au centre de la photo** car pour l'affichage des vignettes produit, un recadrage carré au centre est effectué. Et même si la création doit être le sujet principal de la photo et en occuper la majorité de l'espace, pensez néanmoins à **aérer** visuellement vos photos en laissant un peu d'espace autour.

Mais rassurez-vous, pour réaliser de belles photos de vos produits vous n'êtes quand même pas obligé de faire appel à un photographe professionnel pour commencer, il suffit de **suivre toutes les recommandations de notre [Guide Photo](#)** et de consulter notre Tuto [Comment faire des fiches produit efficaces pour la vente ?](#)

***NB :** Dans le cas de l'import/export de catalogue, vos photos doivent être hébergées en ligne car il faut indiquer l'URL de vos photos (adresse web de votre image).*

Votre photo ne se charge pas dans le bon sens sur le site ?

Cela arrive lorsque la photo a été prise avec du matériel Apple car les supports Apple n'enregistrent pas les photos en portrait mais en paysage par défaut. La plupart des logiciels effectuent automatiquement la rotation, mais cette configuration n'est pas automatisée pour le moment sur notre site. C'est pour cela que votre photo n'apparaît pas dans le bon sens.

Pour y remédier, il faut que vous tourniez vos photos sur votre ordinateur AVANT de les poster sur notre site, de sorte qu'une fois chargées sur le site elles soient dans le bon sens.

Pour cela, si vous utilisez Windows, ouvrez la photo avec la Visionneuse de photos Windows et retournez là en cliquant sur " Faire pivoter vers la gauche ou vers la droite ".

Si vous utilisez un Mac, retournez-la via Aperçu > Outils > Rotation à gauche ou à droite.

Voilà, il ne vous reste plus qu'à la charger sur votre boutique !

- **Catégorie** : choisissez la catégorie et les sous-catégories correspondant le plus à votre produit. Prenez bien soin de classer votre produit dans la sous-catégorie appropriée la plus fine possible car sinon il n'apparaîtra pas dans les résultats de recherche d'un visiteur qui va à un échelon de catégorie plus précis.

Il y a également moins d'articles (donc plus de chances de se distinguer) au sein d'une catégorie plus précise, plus fine qu'au sein d'une catégorie plus large. De plus, c'est souvent les visiteurs qui savent ce qu'ils veulent qui naviguent par catégorie et sous-catégorie, donc de sérieux clients potentiels ! **Attention** à ne pas vous tromper de catégorie, sinon aucun visiteur ne trouvera votre produit car il sera rangé au mauvais endroit.

- **Titre, sous-titre et description** : le titre et le sous-titre doivent faire entre 5 et 15 mots et la description 20 mots minimum (*hors mots de 2 lettres du type : "de", "aux", "à", "le", "en"*). Soyez clair, simple mais précis :

- ✓ Le titre doit être concis et dire en quelques mots CE QU'EST le produit.
- ✓ Le sous-titre doit être plus développé et amener des informations complémentaires à celles, très synthétiques, du titre, comme la gamme de produits par exemple.

- ✓ La description en revanche doit être exhaustive et donner tous les détails concernant le produit afin de permettre à vos clients de comprendre ce que c'est, et également, d'avoir envie d'acheter votre produit.

Top 5 des erreurs à NE PAS commettre :

- o Avoir un titre qui ne décrit pas le produit
 - o Avoir au sein du titre des mots qui n'ont rien à voir avec le produit
 - o Ajouter le nom de la boutique dans le titre
 - o Confondre le titre et le sous-titre (le titre doit être concis et représentatif du produit. Le sous-titre doit être plus développé et peut contenir le nom de la gamme de produit par exemple)
 - o Titrer tous vos produits de la même manière ou utiliser le même descriptif pour tous vos
- **Mots complémentaires :** vous pouvez ajouter des mots clés qui seront associés à votre produit. Les mots complémentaires peuvent être de tout type, tant qu'ils sont en cohérence avec votre produit. Ils sont limités à 255 caractères. Cela ne sert donc à rien de mettre tous les mots clés qui vous semblent les plus recherchés notamment des thématiques, univers. Ils vous permettront ainsi d'optimiser encore votre référencement sur les moteurs de recherche externes (Google etc.).

NB : Attention, il est formellement interdit d'ajouter les noms d'autres boutiques dans vos mots clés afin de détourner une partie de leur trafic : cette pratique déloyale n'est pas autorisée et conduira à la suspension de votre boutique.
 - **Informations sur les différents aspects du produit :** Donnez le maximum de détails en prenant en compte les caractéristiques principales de vos produits. Ces informations sont très importantes et permettront à vos clients de vous trouver facilement lorsqu'ils feront une recherche texte sur le site, ou en filtrant précisément leurs critères dans la colonne de gauche sur les pages de résultat.
 - o **Les matières et couleurs :** Vous pouvez renseigner jusqu'à 2 matières et 2 couleurs pour chaque produit. Ces informations sont obligatoires, et **primordiales** dans la création de votre fiche produit, notamment pour le référencement dans le moteur de recherche du site. N'hésitez pas à en rajouter directement dans votre descriptif produit

si nécessaire, afin d'être le plus précis possible.

***NB :** Dans le cas de l'import/export de catalogue, vous ne pouvez sélectionner qu'une seule matière et qu'une seule couleur par produit. Nous vous conseillons donc de renseigner la totalité de la composition du produit dans le champ « **Descriptif** ».*

- **Les autres informations :** Les informations comme l'état, ou encore la forme et le thème (« Plus d'options pour augmenter votre visibilité »). Elles sont optionnelles mais permettent de donner plus de précision sur votre produit, et donc augmentent vos chances de vendre.

Comme pour le descriptif de votre boutique, vous devez optimiser chaque élément décrivant et caractérisant vos produits afin qu'ils puissent être le plus facilement trouvés sur le site et sur les moteurs de recherche externes. Cela compose la majorité des éléments indexés qui déterminent votre visibilité naturelle sur le site lors d'une recherche et sur les moteurs de recherche externes.

Consultez notre [guide complet sur le SEO](#), ainsi que notre article « [Comment améliorer son référencement naturel](#) » afin d'optimiser votre présence sur Internet et les moteurs de recherche (Google, etc.).

- **Prix :** Il est à remplir **TTC en Euros**. Pour déterminer votre prix de vente, il faut tenir compte de tous vos coûts, à la fois du prix des matières premières, du temps que vous avez passé pour réaliser la produit (si votre fourniture est fait-main), et également de la marge (= le bénéfice) que vous souhaitez dégager sur la vente de vos produits.

ATTENTION ! Vous devez obligatoirement renseigner un prix supérieur à 0.05€, sinon votre fiche produit n'apparaîtra pas sur votre boutique. Si vous souhaitez vendre un produit à un prix inférieur à 0.01€, nous vous conseillons de le vendre par lot.

Si vous avez du mal à vous positionner, n'hésitez pas à regarder les prix pratiqués sur le site pour des produits du même type que les vôtres. Cela vous donnera une première idée de ce que vous pouvez proposer. Ne soyez néanmoins **pas trop gourmand** au risque de faire fuir vos potentiels clients. Le prix de vos créations doit néanmoins vous permettre de pouvoir faire des offres commerciales ponctuelles, faire une offre sur les frais de livraison et autres. Bref, essayez de trouver le bon équilibre et n'hésitez pas à ajuster vos prix si besoin est.

- **Quantité disponible :** indiquez combien d'exemplaires du produit vous souhaitez mettre en vente sur votre boutique A little Mercerie. Il est toujours mieux de décliner son produit (de couleur/taille/matériaux différents).

Attention à bien soustraire une unité à cette quantité disponible si vous avez un exemplaire du produit par un autre biais qu'A little Mercerie. **Vous êtes responsable de la gestion de vos "stocks"** et, en cas d'une commande annulée car la produit n'est finalement plus disponible, nous ne remboursons pas la commission.

- **L'unité de vente :** Afin de permettre aux clients de comprendre ce qu'ils achètent et de comparer facilement des produits similaires correspondant à leur recherche pour faciliter leur choix, il faut leur donner l'information du **prix de revient unitaire** de chaque produit (rapport quantité/prix) en un clin d'œil. Nous allons donc leur indiquer ce rapport prix/quantité dès la vignette produit. Pour ce faire, à la création de la fiche produit, vous devez préciser l'unité de vente du produit, soit s'il est vendu : **A l'unité, en lot, en kit, au mètre ou en coupon/morceau.** En complément, consultez l'article de coaching détaillé [Que sont de bonnes](#)

[fiches produit kit ou lot.](#)

***NB :** Dans le cas de l'import/export de catalogue, la colonne « Unité » doit être **obligatoirement** remplie si le produit est vendu « **en lot** » ou « **en coupon/morceau** ». Dans le cas contraire, ne remplissez pas cette colonne.*

- **Délai d'expédition :** il s'agit du nombre de jours qu'il vous faut pour traiter **une commande et la porter à La Poste** (ou à la transmettre à votre transporteur). Si vous traitez les commandes le jour même, mettez 0. Pour 1 jour de délai avant l'expédition, mettez 1 etc. Les clients apprécient toujours d'être livrés le plus rapidement possible, néanmoins restez calme, mieux vaut une bonne surprise avec un colis qui arrive avec un jour d'avance qu'une déception avec un colis qui arrive en retard. Cela peut suffire pour motiver une mauvaise évaluation par exemple et votre client sera peut-être déçu. Ce conseil est valable à toutes les périodes de l'année même si pour Noël par exemple, la réactivité et la rapidité de livraison sont des critères de choix discriminants pour capter les clients en retard sur leurs cadeaux à quelques jours de Noël.

Si, bien que vous ayez mis 0 en Délai d'expédition, vous recevez une commande tardivement dans la journée ou lors d'un jour férié, et que vous ne pouvez donc pas envoyer le colis avant le lendemain, nous vous conseillons d'envoyer simplement un message à votre client pour l'informer que sa commande sera livrée avec du retard pour ces raisons précises.

- **Frais de livraison :** appliquez simplement l'un des profils d'expédition que vous avez préalablement paramétré, ou créez un nouveau profil que vous pourrez ensuite appliquer à d'autres produits similaires.
- **Options :** c'est ici que vous pouvez réserver un produit à un client en renseignant son ID ou nom d'utilisateur (pour un produit sur demande notamment), renseigner le poids du produit, programmer une mise en ligne ou encore choisir de placer le produit dans une de vos catégories personnelles.

A la fin de la création de votre fiche article, **cliquez bien sur le bouton vert “Mettre à jour”** ou sur le bouton “**Enregistrez le brouillon**” si vous n'avez pas fini ou pas rempli tous les champs obligatoires, **sinon votre fiche article ne sera pas enregistrée** et votre travail sera perdu.

Nous vous conseillons de **mettre régulièrement en ligne de nouveaux produits**, cela vous permet d'alimenter votre boutique en nouveautés et également de remonter dans le moteur de recherche qui prend en compte la nouveauté.

2. Gérer vos produits

En tant que vendeur, vous êtes responsable de la tenue de votre boutique et de la bonne gestion de vos références. C'est donc notamment à vous de tenir à jour vos stocks, de retirer de la vente les produits que vous ne souhaitez plus vendre ou que vous avez vendu par ailleurs, etc.

Pour effectuer ces différentes actions de gestion rendez-vous dans [Mon compte > Gestion de mes produits](#).

- **Pour modifier une fiche article**, cliquez sur « Editer » présent sur la ligne de chaque article. Vous pourrez alors modifier les éléments que vous avez renseignés et n'oubliez pas de les enregistrer en cliquant sur « Mettre en ligne » en bas de la page.

NB : la quantité, le prix, le délai d'expédition et l'ordre de chaque article peuvent être modifiés directement sur la page Gestion des produits sans avoir à rentrer dans la fiche article.

- **Pour supprimer définitivement une fiche article**, cliquez sur « Supprimer ».
- **Pour dupliquer une fiche article**, cliquez sur « Dupliquer ». Cette fonction est très utile si vous créez par exemple le même produit dans plusieurs couleurs ou tailles différentes. En dupliquant la fiche article, vous n'aurez pas à renseigner à nouveau tous les détails depuis le début, et pourrez simplement modifier les éléments qui varient sur ce nouvel article.

- Pour retirer un produit de la vente, il suffit de le **désactiver** : il n'apparaîtra alors plus dans votre boutique mais restera sur votre page Gestion de mes produits. Vous pourrez par la suite le réactiver si vous le souhaitez. Les produits inactifs ont leur petit feu rond rouge et les produits actifs (dons disponibles à la vente) l'ont vert.

Gérer mes produits 1 produits

Voir le Guide "Faire des fiches produits efficaces sur A Little Mercerie"

[Ajouter un produit](#)
[Importer un fichier catalogue](#)

Rechercher

☐ [Activer](#) [Désactiver](#)

Ordre	Titre	Quantité	Prix	Délai expédition	Actions
1 Modifier	 Tissu Liberty à fleurs bleues, roses, violettes.. Ajouté le 03 Mars 0 vote(s) - 0 vue(s) ID:2484271	1 Modifier	1000.00€ Modifier	4 Modifier	Modifier Editer Dupliquer Voir Supprimer

Pour désactiver ou activer un produit, vous pouvez soit cocher la case située à côté du produit de votre choix et cliquez sur « [Désactiver](#) » pour le retirer de la vente, ou « [Activer](#) » pour le remettre en vente, soit également cliquer directement sur le petit feu rond, vert ou rouge, situé à gauche de chaque ligne de produit.

- Pour réserver votre création à un acheteur, vous devez inscrire le nom d'utilisateur de l'acheteur dans la rubrique « 6. Option (facultatif) » puis la case « Réserver » lorsque vous éditez un produit à partir de la [page de Gestion de vos produits](#)

06. Options (facultatif)

Catégorie personnelle: Aucune catégorie Ajouter une catégorie

Poids: 0 en grammes

→ Réserver

Programmer la mise en ligne: 0000-00-00 00

* Champs obligatoires

Enregistrer le brouillon Mettre en ligne

Excepté l'acheteur en question, **les visiteurs de votre boutique n'auront plus la possibilité d'acheter votre produit** bien qu'il continuera à apparaître dans votre boutique. Une mention « **Réservé** » sera inscrite sur la fiche-produit.



D. Organiser ses produits dans sa boutique

1. Disposition de vos produits

Actuellement, par défaut, seuls 40 articles apparaissent sur la première page de votre boutique et il est rare que quelqu'un qui visite votre boutique aille au-delà de la page 3 pour découvrir vos différents produits.

Choisir les produits qui apparaissent dans les 40 premiers peut donc s'avérer crucial pour toujours présenter ses plus beaux produits ou ceux qui se vendent le plus.

Par défaut, la règle d'affichage au sein de la boutique est **chronologique**, c'est-à-dire que c'est le dernier produit mis en ligne qui apparaîtra en premier dans votre boutique. Néanmoins vous pouvez décider de la disposition de vos produits dans votre boutique.

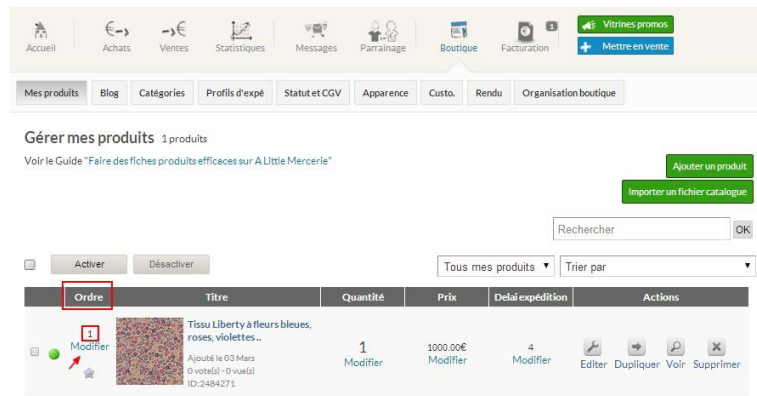
Vous disposez de différentes options pour contrôler l'affichage de vos produits au sein de votre boutique :

- Dans votre [Espace perso > Boutique > Gestion des produits](#), dans la colonne Ordre,

- Cliquez sur la petite étoile pour faire apparaître le produit dans les produits mis en avant en haut de la boutique



- Attribuez des numéros à tous vos produits pour les classer par ordre d'affichage. Par défaut, le numéro attribué à tous les produits est 1 depuis septembre 2013.
NB : Pour les fiches articles créées avant sept 2013, le numéro attribué par défaut était le 0.



IMPORTANT ! La modification d'affichage d'un produit ne se fait pas immédiatement donc ne soyez pas surpris si vos modifications ne sont pas prises en compte tout de suite.

2. Les catégories de votre boutique

L'autre composante pour aider le visiteur de votre boutique à s'y retrouver dans vos produits et à mettre en avant les produits de votre choix sont les catégories de votre boutique. Comme dans une vraie boutique physique, vos produits sont organisés, classés sur le modèle des "rayons" afin de faciliter l'accès à vos différents types de produits pour le visiteur. Par ailleurs, les catégories de votre boutique sont prises en compte dans votre référencement en dehors du site (Google, etc.).

Pour cela, vous avez la possibilité de ranger chaque produit dans 2 types de catégories au sein de votre boutique :

- **Utiliser les catégories générales d'A little Mercerie**, celles qui apparaissent dans le moteur de recherche. Par défaut, c'est le classement utilisé dans toutes les boutiques.
- **Créer et gérer vos propres catégories personnelles** ce qui vous permet de mettre en avant une partie de votre offre plutôt qu'une autre selon vos besoins ponctuels.

Comment utiliser cette option efficacement ?

Nous vous conseillons de mixer les 2 options : c'est à dire de laisser les catégories générales du site (bagues, robes, jupes etc.) et de créer en plus des catégories par thème afin de proposer à vos

clients une autre façon de chercher.

Attention à éviter les noms à rallonge (au-delà de 3-4 mots, la lisibilité sur la boutique en pâtit) et à ne pas abuser des catégories personnelles car vous risquez de vous retrouver avec une loooooongue liste de catégories dans laquelle le visiteur sera perdu et/ou avec un seul produit par catégorie. De toute façon, elles sont limitées à 100 même si on ne vous conseille pas d'atteindre cette limite !

Quelques exemples :

- A la Saint Valentin, créez une catégorie "Cadeaux Saint Valentin" dans laquelle vous allez mettre des fournitures spéciales Saint Valentin.

- Si vous faites une opération de déstockage, créez une catégorie : "Déstockage tout à -30%"

L'expérience montre que les clients ont besoin qu'on leur suggère des idées. La majorité vient sur A little Mercerie sans savoir l'avance ce qu'ils veulent acheter, vos catégories pourront les aider !

Pour paramétrer vos catégories, RDV dans [Mon espace perso > Boutique > Catégories](#)

Pour aller plus loin

Nous vous invitons à consulter le guide [Comment faire des fiches produits efficaces](#) pour la vente sur A little Mercerie, ainsi que l'article de coaching très complet « [Le little conseil du mois – Rédiger une bonne fiche produit](#) ».

3. CHAPITRE 3 : LE PROCESSUS DE VENTE PAS À PAS

A. Comment se déroule une vente ?



1) L'Acheteur achète un produit à un Vendeur, le vendeur reçoit la notification par mail qu'il a reçu une nouvelle commande.

2) Acheteur et Vendeur peuvent suivre l'évolution de la commande dans leur espace Achats (pour l'acheteur) ou Ventes (pour le vendeur).

3) Lorsque le Vendeur a reçu le paiement de la commande, il clique sur le bouton 'Confirmer la réception du paiement' et l'Acheteur est notifié par mail que le paiement a bien été reçu.

4) Le Vendeur peut alors, s'il le souhaite, préparer le colis à l'aide du Document de préparation de commande sur lequel figurent les illustrations des articles commandés et le commentaire de l'Acheteur.

5) Le Vendeur imprime le récapitulatif de commande, le place dans le colis avec le/les produit(s), expédie le tout et l'indique à l'Acheteur en cliquant sur le bouton « Confirmer l'expédition » qui est

notifié de l'expédition de la commande par mail. Il peut également le voir dans son espace perso.

6) Le rôle du Vendeur est terminé (sauf si retour), il est donc invité à évaluer la transaction.

7) Lorsque l'Acheteur reçoit sa commande, il est invité à confirmer la bonne réception du colis en laissant une évaluation au vendeur sur la commande. Evaluer le Vendeur confirme automatiquement la réception du colis (il est normal que l'Acheteur évalue lorsque le colis est reçu, et pas avant). Si l'Acheteur ne laisse pas d'évaluation, le colis sera considéré comme reçu au bout de 21 jours.

Où se trouve l'espace suivi de commande ?

En tant que vendeur, le suivi de la commande se fait dans l'onglet **Ventes** de votre Espace perso.

En tant qu'acheteur, le suivi de la commande se fait dans l'onglet **Achats** de votre Espace perso.

Concrètement, à quoi cela ressemble ?

Côté Acheteur

ACHATS EN COURS

Filtrer par : En cours ▼

 Date de la commande : 03 Mars 2014 Statut : **EN ATTENTE D'EXPÉDITION**

Le vendeur doit confirmer la réception du paiement. Si vous avez déjà envoyé votre chèque, patientez quelques jours ou contactez le vendeur. Si vous n'avez pas envoyé votre chèque, merci de l'envoyer à l'adresse suivante :

Vente de tissus

France métropolitaine

Une zone avec des messages personnalisés pour suivre toutes les étapes de la commande

N° de commande : 2054451
Vendeur : laura-alm
Mode de paiement : Chèque (5,00 €)
Mode de livraison : Chronopost
Adresse de livraison :
France métropolitaine

Etat d'avancement : Non expédiée.
Mode de livraison : Chronopost
N° de Colis : Non expédiée. Le n° de colis vous sera donné à l'expédition.
Date de la commande : 03/03/2014
Date d'expédition estimée : 07/03/2014
Date de livraison estimée : 08/03/2014

Suivre la commande
Contacter le vendeur
Annuler la commande

Imprimer le récapitulatif de commande

Frais de port : 4,00 €
Total : 5,00 €

 Tissu Liberty à fleurs bleues, roses, violettes et jaunes
Quantité : 1
1,00 €

Une zone dédiée au suivi du colis

Et si vous avez le moindre souci, notre rubrique d'aide pourra vous éclairer.

Coté Vendeur

The screenshot shows the 'VENTES EN COURS' (Sales in Progress) section of a vendor's dashboard. It includes a search bar, a filter set to 'En cours', and a status of 'ATTENTE RÉCEPTION PAIEMENT'. A message prompts the user to confirm payment reception. The order details for N° 2280459 are listed, including the buyer 'ziggylautruche', payment method 'Chèque', and shipping address. The total amount is 5,00 €. Action buttons like 'Confirmer la réception du paiement', 'Contacter le client', 'Suivre la commande', and 'Annuler la commande' are visible. A link for 'Document de préparation de commande' is highlighted. A chat window at the bottom shows a message from the client: 'Bonjour, je n'ai toujours pas reçu le colis'. Red arrows and text boxes provide additional context: 'Les boutons d'actions permettant de gérer votre commande' points to the action buttons; 'Une zone avec des messages personnalisés pour suivre toutes les étapes de la commande' points to the payment confirmation message; 'Un document clair pour préparer efficacement la commande' points to the 'Document de préparation de commande' link; 'La possibilité de laisser des messages sous la commande' points to the chat window; and 'Le récapitulatif de commande à placer dans le colis' points to the 'Imprimer le récapitulatif de commande' link.

VENTES EN COURS

Filtrer par : En cours Rechercher : N° commande ou pseu OK

Date de la commande : 03 Mars 2014 Statut : ATTENTE RÉCEPTION PAIEMENT

Vous devez confirmer la réception du paiement.

N° de commande : 2280459

Document de préparation de commande

Acheteur : ziggylautruche (4 commandes)

Règlement : Chèque

Mode de livraison : Courrier normal

Adresse de livraison : [Redacted]

France métropolitaine

Tissu Liberty à fleurs bleues, roses, violettes et jaunes

Quantité : 1

1,00 €

Confirmer la réception du paiement

Contacter le client

Suivre la commande

Annuler la commande

Imprimer le récapitulatif de commande

Frais de port : 4,00 €

Total : 5,00 €

Conversation à propos de cette commande :

Bonjour, je n'ai toujours pas reçu le colis

Une fois une commande passée sur votre boutique, il est **indispensable** d'imprimer le récapitulatif de commande via votre espace Ventes, et de le glisser dans le colis de votre client.

Ce récapitulatif de commande reprend en détails chaque élément de la vente, ainsi que vos conditions de retour en fonction de votre statut de vendeur. Il représente une vraie valeur ajoutée à la commande de votre client, il vous permet de professionnaliser et perfectionner votre service client, et de fournir à votre client un document incontournable dans la vente en ligne.

NB : le récapitulatif de commande n'est ni une facture ni un formulaire de rétractation. Il ne doit pas servir à préparer la commande. Pour cela, vous trouverez le Document de préparation de commande créé à cet effet.

A quoi correspondent les dates indiquées dans le suivi de commande ?

Nous affichons 4 dates en tout :

- **La date de la commande**
- **La date d'expédition estimée**, qui est basée sur le délai d'expédition que vous renseignez (à remplir correctement en fonction de votre rythme de traitement et d'expédition).
- **La date d'expédition réelle**, qui correspond au jour où vous cliquez sur "Confirmer l'expédition", c'est à dire le jour où vous avez réellement expédiée la commande à La Poste.
- **La date de livraison estimée**, qui est affichée dès le début en **fonction de 2 éléments** : le délai d'expédition que vous avez renseigné, et la fourchette haute des délais du mode de transport sélectionné par le client. Cette date de livraison est par ailleurs recalculée à partir de la date de livraison réelle sur la base toujours de la fourchette haute des délais du mode de transport sélectionné par le client. On prend en compte la notion de **jours ouvrés** dans le calcul (c'est-à-dire qu'on ajoute 2 jours de délai supplémentaires par semaine si la commande tombe le weekend).

B. Annulation de commande

Un acheteur peut annuler une commande tant que celle-ci n'a pas été expédiée. Une fois la commande expédiée, nous parlons alors de Retour et plus d'Annulation.

Tant qu'il n'a pas été payé par l'acheteur, un vendeur ne doit sous aucun prétexte expédier la commande. Jusque-là personne n'est pénalisé si la commande est annulée.

La commission due à A little Mercerie est imputée dès que l'acheteur a passé sa commande. En cas d'annulation de commande, nous remboursons les frais liés à la commande selon le motif de l'annulation :

- Si la commande est annulée **pour un problème de stock, nous ne procédons pas au remboursement de la commission**. En effet, l'état des stocks doit être tenu à jour par le vendeur car c'est un gros risque de mécontentement.
- Si un vendeur annule une commande alors qu'elle a été réglée, le vendeur doit rembourser l'acheteur, et il sera remboursé des frais A little Mercerie au prorata.

Comment ça marche ?

Le processus d'annulation de commande a été pensé pour permettre, aux clients comme aux vendeurs, de procéder à l'annulation d'une commande en totale autonomie. Chaque action et étape du processus est répercuté des deux côtés et, clients et vendeurs, disposent des mêmes informations et indications quant à la suite du processus et aux mouvements financiers qu'il implique, notamment grâce à des messages & emails d'informations.

Le processus d'annulation de commande permet :

- D'annuler une commande, de manière totale ou partielle, via un processus automatique, à la disposition du client et du vendeur.
- Au vendeur, de traiter les demandes d'annulation client
- D'automatiser le traitement des flux financiers, dont le remboursement des frais A little

Le client peut faire une **demande d'annulation totale ou partielle** en sélectionnant les produits qu'il désire annuler. Lors d'une annulation de commande, le client dispose d'un suivi de l'avancée du processus et de toutes les informations nécessaires (annulation en cours, remboursement ...).

Idem du **côté vendeur**. Lors du traitement de la demande d'annulation du client, il dispose des informations que le client a indiquées. Le vendeur peut également **annuler une commande** et dispose des **détails des procédures de remboursement**, qui varie en fonction du mode de paiement, ainsi que des indications concernant les frais A little.

Côté client

Depuis son suivi de commande dans la rubrique Achats, le client peut faire une demande d'annulation via le **bouton « Annuler la commande »**. Il est alors redirigé vers une nouvelle page sur laquelle il doit sélectionner les produits qu'il désire annuler :

Accueil

Achats

Ventes

Statistiques

Messages

Boutique

Facturation

Vitrines promos

Mettre en vente

ANNULER LA COMMANDE

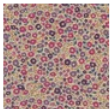
Produits concernés

Motif

Remboursement

Les produits suivants seront annulés

☐



Tissu Liberty à fleurs bleues, roses, violettes et jaunes

1

1,00 €

☒



Tissu japonais en soie rouge et doré

1

4,00 €

Revenir au suivi de commande

Passer à l'étape suivante

On lui demande ensuite le **motif** de son annulation :

ANNULER LA COMMANDE

Produits concernés

Motif

Remboursement

Pourquoi voulez-vous annuler votre commande ?

☐

La commande a été créée par erreur

☐

Le vendeur m'a signalé un produit comme non disponible

☐

La commande n'arrivera pas à temps

☐

Les frais de livraison sont trop élevés

☐

Le produit est trop cher

☐

L'adresse de livraison n'est pas bonne

☐

Le mode de livraison n'est pas bon

☐

L'adresse de facturation n'est pas bonne

☐

Le mode de paiement n'est pas bon

☐

Autre motif

Revenir à l'étape précédente

Passer à l'étape suivante

53

Guide du vendeur
alittleMercerie.com

Une fois passé à l'étape suivante, un **récapitulatif de la demande** d'annulation est affiché afin que le client puisse valider son choix. Sur ce récapitulatif, il aura accès **aux informations** concernant son futur **remboursement** :

ANNULER LA COMMANDE

Produits concernés	Motif	Remboursement

Récapitulatif de votre annulation de commande

Vous allez annuler votre commande

N° de commande :	3688789
Date de passage de la commande :	05/11/2014
Produits concernés :	 Tissu japonais en soie rouge et doré Quantité : 1 4,00 €

Remboursement

⚠ Vous avez choisi le paiement en carte bancaire mais le prélèvement n'a pas été effectué. Vous ne serez pas débité du montant de la commande.

Revenir à l'étape précédente

Annuler la commande

Dès que la demande d'annulation est confirmée, le client est redirigé sur son **suivi de commandes** où la commande passe en statut « **Annulation en cours** ». Un lien « Voir le détail » lui permet d'accéder au récapitulatif de sa demande d'annulation.

Vous avez demandé l'annulation partielle de votre commande le 05/11/2014. [Voir le détail](#)

N° de commande : 3688789 Vendeur : adnan-alm Mode de paiement : Carte bancaire Mode de livraison : Chronopost Adresse de livraison : Boukaïs Katia 1 rue du haut de la noue 92390 Villeneuve-la-Garenne France métropolitaine	 Tissu Liberty à fleurs bleues, roses, violettes et jaunes Quantité : 1 1,00 €  Tissu japonais en soie rouge et doré Quantité : 1 4,00 €	Contacter le vendeur Imprimer le récapitulatif de commande
Livraison : 4,00 € Total : 9,00 €		

Et si vous avez le moindre souci, [notre rubrique d'aide](#) pourra vous éclairer.

Les **informations** de la demande d'annulation sont **envoyées par e-mail** au client, après qu'il ait procédé à sa demande d'annulation. Une **notification** est également **envoyée par e-mail au vendeur** l'invitant à traiter la demande (avec le motif de l'annulation et les informations relatives au remboursement à effectuer pour traiter l'annulation).

ALittleMercerie

Katia-alm souhaite annuler une partie de la commande n°3688789 - logo voir la version en ligne Bonjour

ALittleMercerie

Bravo adnan-alm, une nouvelle vente sur A little Mercerie de la part de katia-alm (comm... - logo voir

Côté vendeur

Une fois que le client a fait sa demande d'annulation, la commande passe en statut « **Annulation en cours** » dans le suivi de commandes.

Filtrer par : En cours

Rechercher : N° commande ou pseudo

Ok

 Date de la commande : 05 Novembre 2014

Statut : ANNULATION EN COURS

Votre client souhaite annuler sa commande pour le motif suivant : La commande a été créée par erreur. [Voir le détail](#)

Une fois la demande d'annulation acceptée, la commission et autres frais de transaction vous seront directement remboursés sous forme d'un avoir visible dans votre section [Facturation](#).

N° de commande : 3688789

[Document de préparation de commande](#)

Acheteur : katia-alm
(4 commandes) 

Règlement : Sur votre porte-monnaie

Mode de livraison : Chronopost

Adresse de livraison :
Boukais Katia
1 rue du haut de la noue
92390 Villeneuve-la-Garenne
France métropolitaine



Tissu Liberty à fleurs bleues, roses, violettes et jaunes

Quantité : 1

1,00 €



Tissu japonais en soie rouge et doré

Quantité : 1

4,00 €

Accepter l'annulation

Contacteur le client

Refuser l'annulation

[Imprimer le récapitulatif de commande](#)

Livraison : 4,00 €

Total : 9,00 €

Le lien « Voir le détail » permet d'accéder au traitement de la demande d'annulation, tout comme le lien « **Accepter l'annulation** ».

DÉTAIL DE LA DEMANDE D'ANNULATION

N° de commande :	3688789
Date de passage de la commande :	05/11/2014
Motif	La commande a été créée par erreur
Produits concernés :	Tissu japonais en soie rouge et doré Tissu japonais en soie rouge et doré Quantité : 1 4,00 €

Remboursement

Suite à l'annulation. Le client ne sera pas débité.

[Revenir au suivi de commande](#)

[Accepter l'annulation](#)

Le vendeur ne peut pas modifier le montant à rembourser (hors frais de livraison). En revanche, il peut ajuster les frais de livraison, dans le cas d'une annulation partielle. Les informations présentées sur cette page varient en fonction du **mode de paiement de la commande** et de son état (chèque envoyé ou non, virement effectué ou non, Paypal, paiement en 3 fois) afin de communiquer au vendeur les bonnes **informations liées au remboursement** du client. Une fois la demande d'annulation acceptée par le vendeur, il retourne sur **le suivi de commande**.

Filtrer par : Sélectionnez...
Rechercher : 3688789
Ok

Date de la commande : 05 Novembre 2014
Statut : PAIEMENT EFFECTUÉ

Il ne vous reste plus que 2 jour(s) et 23 heures pour confirmer la commande.
L'argent sera versé sur votre porte-monnaie lorsque vous l'aurez confirmée.

N° de commande : 3688789
Document de préparation de commande
Acheteur : katia-alm
(4 commandes)

Règlement : Sur votre porte-monnaie
Mode de livraison : Chronopost
Adresse de livraison :
Boukais Katia
1 rue du haut de la noue
92390 Villeneuve-la-Garenne
France métropolitaine

Livraison offerte
Total : 1,00 €

Tissu Liberty à fleurs bleues, roses, violettes et jaunes
Quantité : 1
1,00 €

Tissu japonais en soie rouge et doré
Quantité : 1
4,00 €
Annulée

Confirmer la commande
Contacter le client
Suivre la commande
Annuler la commande
Imprimer le récapitulatif de commande

Et si vous avez le moindre souci, notre rubrique d'aide pourra vous éclairer.

Dans le cadre d'une **annulation partielle**, la commande reste en **statut « En cours de préparation »**. Si la commande a subi une **annulation totale**, la commande passe en **statut « Commande annulée »**. En cas d'annulation totale, le remboursement du client ET les remboursements des frais liés à la commande (commission, frais de transaction s'il y a lieu) sont affichés sur l'encart de la commande.

Le vendeur, de son côté, **peut également procéder à l'annulation totale ou partielle d'une commande de sa propre initiative**. Il suit alors les mêmes étapes que pour le processus d'annulation client : choix des produits à annuler, motif, calcul automatique du remboursement à effectuer et indications de la marche à suivre concernant le remboursement du client et le remboursement des frais liés à la commande.

C. Les retours et remboursements

Lorsqu'un client achète un article sur Internet, il n'est jamais sûr de ce qu'il a réellement acheté tant qu'il ne l'a pas reçu. Cela peut paraître évident, mais il ne faut pas l'oublier.

C'est un constat partagé par tous en e-commerce, faciliter les retours produits en prônant des

offres et/ou services tels que « Satisfait ou remboursé », « Retour gratuit », « 100 jours pour nous renvoyer votre produit » encouragent nettement l'acte d'achat, améliorent la satisfaction et la confiance des e-clients, et augmentent la fidélité.

En tant que vendeur A little Mercerie, la qualité de votre service client est primordiale car une fois que vous avez réussi à capter vos premiers clients, votre notoriété peut s'accélérer ou au contraire s'étouffer car vos clients sont vos premiers prescripteurs :

- S'ils ne sont pas satisfaits, non seulement ils ne reviendront pas passer commande dans votre boutique (même s'ils l'apprécient) mais au mieux ils ne parleront pas de vous à leur entourage, et au pire ils vous feront de la mauvaise publicité.
- S'ils sont satisfaits au contraire, il y a des chances qu'ils parlent de vous en bien autour d'eux mais aussi qu'ils reviennent commander chez vous car vos produits leur ont plu et ils ont apprécié l'échange, la relation avec vous.

Concrètement quels outils sont à votre disposition ?

Nous vous conseillons de proposer l'option :

- **Satisfait ou remboursé** (obligatoire pour les professionnels car correspond au droit de rétractation légal)

Si vous choisissez de proposer le Satisfait ou Remboursé, ce service sera mis en avant sur votre boutique (encart « Avantages clients de la boutique ») et sur les pages produits dans l'onglet « Conditions de vente ».

- et/ou le **Retour gratuit** : il s'agit ici d'un service supplémentaire proposant au client de se voir rembourser les frais de retour aux frais réels lorsqu'il souhaite retourner un ou plusieurs articles. Le montant dépendra du moyen de transport choisi (Colissimo, Point Relais, Lettre Max ou un autre moyen défini par le créateur).

Que dit la législation sur le satisfait ou remboursé ?

La législation française impose aux vendeurs professionnels de proposer le droit de rétraction aux clients, donc le Satisfait ou remboursé. Elle ne l'impose pas aux vendeurs particuliers mais ces derniers restent tout de même responsables de la bonne exécution de la commande et doivent donc s'assurer de la livraison du produit commandé, sans dommage ni absence de conformité aux caractéristiques précisées dans l'offre (le produit doit être conforme à l'annonce).

Rassurez-vous, le fameux droit de rétractation est soumis à des règles strictes et un client ne peut demander à retourner sa commande que dans certains cas d'application précis :

- Tout simplement parce que **l'article ne convient pas**. Un client peut, sans avoir besoin de se justifier, retourner un article sous un délai de 14 jours à compter de la date de réception de la commande (ou du dernier produit de la commande, en cas de commande multiple). Dans ce cas, il doit être remboursé du montant de la commande frais de livraison inclus (on parle des frais aller). Il dispose alors de 14 jours pour retourner le produit, à ses frais (sauf si le vendeur propose le retour gratuit). De ce fait, un [formulaire de rétractation](#) est mis à sa disposition dans les CGV du vendeur. A compter de la réception de l'article par le vendeur, celui-ci est tenu de rembourser le client au plus tard dans les 14 jours suivants.

En cas de retard de remboursement, des majorations basées sur les prix du produit sont prévues.

- Parce que **l'article n'est pas conforme à la photo et/ou au descriptif**. Le client peut demander le remboursement ou le remplacement de l'article. Attention, dans ce cas, les frais de retour sont à la charge du vendeur !
- Parce que **l'article présente un défaut**. Comme pour le point 2, le client peut demander le remboursement ou le remplacement de l'article. Là aussi les frais de retour sont à la charge du vendeur.

Quels sont les cas où le client ne peut pas se rétracter ?

✓ Pour les commandes personnalisées, par exemple s'il a demandé qu'on rajoute le prénom de son enfant ou s'il a demandé un produit sur mesure.

✓ Pour les denrées périssables, **mais ce ne sont pas des produits autorisés à la vente**.

✓ Pour les produits d'hygiène corporelle > **non autorisés à la vente sur A little Mercerie**.

✓ Si l'article a été porté, et là il faut prouver qu'il a bien été porté.

Est-ce que le retour gratuit est la même chose que le satisfait ou remboursé ?

Non, il faut bien distinguer les deux. Vous pouvez très bien accepter de reprendre des articles qui ne conviennent pas sans pour autant accepter de rembourser les frais de livraison retour. Nous distinguons bien les deux services sur A little Mercerie.

Qu'est-ce que le Retour gratuit ? Est-ce que proposer le Satisfait ou Remboursé en proposant le Retour gratuit ne risque pas de faire exploser les demandes de remboursement ?

Vous pouvez, si vous le souhaitez, en plus du Satisfait ou Remboursé, proposer à vos clients de prendre en charge les frais de livraison retour, ce qu'on appelle le **Retour gratuit**. Il s'agit d'un service supplémentaire non-obligatoire permettant au client de se voir rembourser les frais de retour s'il souhaite retourner un ou plusieurs articles. Le montant dépendra du moyen de transport choisi (parmi les moyens de transport défini par le vendeur).

Les commerçants que nous avons interrogés nous ont dit que non mais qu'en revanche cela avait eu un effet bénéfique sur leurs ventes. En plus, l'expérience montre que si un client n'a pas à payer les frais de livraison retour, il va réutiliser l'argent pour repasser une commande alors que s'il doit payer le retour, il préférera récupérer son argent.

Pour proposer le Retour gratuit à vos clients, indiquez-le dans vos « Conditions de vente ».

Comment se passe le remboursement aux clients ?

Tous les remboursements se feront par le porte-monnaie virtuel d'A little Mercerie. Au moment où vous accepterez de prendre en charge le retour, nous vous demanderons d'indiquer le montant à rembourser. L'argent sera alors bloqué sur votre porte-monnaie virtuel. Et le client ne sera réellement remboursé que lorsque vous aurez réceptionné le colis retour.

Que se passe-t-il en cas d'échange ?

Dans ce cas, vous pourrez l'indiquer au moment d'accepter le retour et le montant remboursé passera à 0€.

Pour paramétrer le satisfait ou remboursé et/ou le retour gratuit, RDV dans [Gestion de mes produits > Statut et CGV](#) et cochez l'option Satisfait ou remboursé.

D. Les évaluations

Comment fonctionnent les évaluations ?

Les évaluations sont très importantes pour un site comme le nôtre. Cela nous permet de sécuriser le site et d'améliorer le niveau de service que nous vous fournissons. Si vous voulez donner une critique, assurez-vous d'avoir d'abord donné au client ou vendeur une chance de régler le problème. **Pour confirmer la réception d'une commande, le client doit laisser une évaluation.**

Pour cela, il doit se diriger dans sa section [Achats](#) et sélectionner dans le filtre des commandes les commandes [A évaluer](#). Il laissera alors son évaluation pour la commande concernée. De la même façon, pour laisser une évaluation au client, le vendeur doit se rendre sur sa section [Ventes](#) et sélectionner les commandes [A évaluer](#).

Tout membre peut commenter une évaluation reçue, dans un délai de 14 jours, et modifier son commentaire sous 7 jours. De même, tout membre peut supprimer une évaluation négative (deux étoiles ou moins) qu'il a lui-même formulé, dans un délai de 14 jours.

Puis-je modifier une de mes évaluations ?

Vous ne pouvez pas directement modifier une évaluation reçue.

Si vous avez reçu une évaluation négative (deux étoiles ou moins), vous pouvez dans un premier temps répondre à cette évaluation, dans un délai de 14 jours suivant sa formulation, et vous pouvez modifier ce commentaire sous 7 jours. Cela vous permettra de vous justifier sur cette évaluation.

Si, en amont, vous avez réglé le problème directement avec votre client, et que vous avez trouvé un point d'entente, celui-ci peut supprimer son évaluation négative sous 14 jours, afin de ne pas vous pénaliser. Cependant, une fois l'évaluation supprimée, il ne pourra pas en formuler de nouvelle.

A little Mercerie peut-il supprimer une évaluation ?

A little Mercerie se réserve le droit de supprimer une évaluation dans des cas bien précis :

- L'évaluation contient des injures ou des propos déplacés
- L'évaluation contient de la publicité
- L'évaluation est manifestement frauduleuse (faite par un membre dont l'unique objectif était de donner une mauvaise évaluation à un autre membre)
- Des informations privées sont affichées dans l'évaluation (email...)
- L'évaluateur a fait l'évaluation par erreur

E. La comptabilité

Le processus de vente n'a plus de secret pour vous, vous pouvez alors calculer votre chiffre d'affaires.

Or, vous voulez faire un point dans votre compta mais vous êtes perdu(e) entre les différents chiffres, documents exportables et lignes d'opérations dans votre Espace Facturation ou votre Porte-Monnaie virtuel ?

Pour vous expliquer comment y parvenir, vous pouvez retrouver notre tutoriel [Comment calculer son chiffre d'affaires pour sa comptabilité ?](#)

Pour savoir comment déclarer vos ventes, consultez notre guide « [Les statuts pour vendre sur Internet](#) »

4. CHAPITRE 4 : DÉVELOPPER SON ACTIVITÉ

Ca y est, votre boutique est ouverte et vos fournitures mises en vente ! Changement de cap, c'est maintenant que tout commence !

Vous pouvez enfin vous concentrer sur les objectifs suivants :

- Etoffer son catalogue de produits
- Générer des visites sur votre espace de vente (travailler sa visibilité)
- Vendre vos produits (transformer les visiteurs en acheteurs)
- Fidéliser votre clientèle (faire revenir vos acheteurs)

A. Étude des critères de réussite

Début 2015, nous avons mené une **grande étude chiffrée ayant pour but d'identifier les critères de réussite sur le site**. Après avoir brassé d'innombrables chiffres et données, voici les résultats de notre analyse afin qu'ils puissent vous aider à développer l'activité de vos boutiques.

Le 1^{er} apprentissage à retenir est **la corrélation très forte, quasi-mécanique, entre la mise en ligne de produits (en fréquence & en volume) et le niveau de ventes** atteint par une boutique sur le site. Logique me direz-vous ? Oui, mais dans les faits, pas si évident que ça...

- Résumé Express -

1 POUR SE TESTER, IL FAUT AU MOINS 19 PRODUITS EN VENTE

dans les 30 premiers jours idéalement.

**2 POUR CONTINUER À VENDRE ET À PROGRESSER, IL FAUT METTRE
REGULIEREMENT EN VENTE DES PRODUITS**

Selon vos capacités d'achat & de stockage, essayez de **mettre en ligne tous les mois, au moins le même nombre de produits que le mois précédent**. *Min. 4-5 produits/semaine.*

3 SI MALGRE TOUT VOUS NE VENDEZ PAS, REMETTEZ EN QUESTION VOTRE OFFRE

Révisez votre positionnement produit et/ou prix
ou revoyez vos fiches produit (photos, titre, catégories...)

3. Lancer sa boutique en mettant toutes les chances de son côté

Nous avons d'abord regardé la moyenne du nombre de produits en ligne par boutique au moment de la 1^{ère} vente : **la 1^{ère} vente intervient en moyenne à 19 produits en ligne.**

Cependant **seule la moitié des boutiques vont jusqu'à 19 produits.**

Espérer pouvoir tester sa capacité à vendre avec moins de 19 produits en boutique est une erreur. Vous devez, dès l'ouverture de votre boutique, **proposer une offre construite afin de vite savoir si elle est suffisamment attractive et pertinente pour déclencher la vente.** En-dessous de 19 produits, nous ne serons donc pas en mesure de vous dire ce qui ne va pas dans votre boutique et, de fait, de vous aider à progresser sur les points qui vous freinent.

En y réfléchissant, cela paraît évident : qui voudrait entrer dans un magasin où 10 produits se battent en duel et où les $\frac{3}{4}$ des rayons sont vides ? Alors qu'une boutique avec une vraie offre, du choix et de la qualité, et tout cela bien présenté, cela donne tout de suite envie !

4. Vendre et progresser sur le site

Une fois ces 19 produits en vente, l'étude nous a conduits à regarder l'évolution des boutiques qui voyaient leurs ventes fortement augmenter OU fortement baisser.

Dans les 2 cas, **la mise en ligne importante et régulière de produits est intimement liée à l'évolution de la boutique** : les boutiques qui progressent sont celles qui régulièrement mettent de nouveaux articles en vente, alors que celles qui baissent, voire s'arrêtent de vendre, sont celles qui n'ont plus mis en ligne d'article du tout ou moins régulièrement.

Concrètement : **le top 5% des meilleurs vendeurs du site**, en 12 mois, **a mis en ligne 9X plus de produits en vente que la moyenne du site.**

Toutes les boutiques qui ont fait des bonds de chiffre d'affaires, ont fortement fait progresser leur volume de produits en vente en accélérant leur fréquence de mise en vente à plus de 10 produits/semaine.

Pour faire simple, **plus vous mettrez en ligne des produits de manière régulière, plus vous augmenterez vos chances de faire des ventes.**

Sans cette régularité de mise en vente couplée à un minimum de 10-15 produits/mois, nous ne pourrions pas vous dire si l'absence de vente a pour cause l'insuffisance du nombre de produits distillés régulièrement sur votre boutique ou si elle vient de votre offre produit elle-même ou de sa façon d'être présentée.

5. Remettre en question son offre

Si la mise en ligne régulière et importante de produits est LA condition NECESSAIRE pour réussir sur le site, elle peut ne pas être forcément suffisante. Il est possible que malgré 19 produits ou plus dans votre boutique et une mise en ligne régulière d'un nombre convenable de produits, vous ne vendiez pas.

Si tel est le cas, vous avez alors certainement un problème de **conversion** (=capacité de transformer vos visiteurs en acheteurs).

Que faire dans ce cas-là ?

Remettre en question son offre produit.

Il existe de nombreuses causes pouvant expliquant un problème de conversion : **prix inadaptés, frais de livraisons trop importants, qualité de vos fiches produits insuffisantes.**

Si vos prix sont proches de ceux du marché et que vos frais de livraison ne sont pas excessifs, le problème vient sûrement de vos fiches produit : titres, photos, descriptifs et catégorisation ne sont pas suffisamment clairs ou pertinents pour donner confiance ou envie d'acheter.

Inspectez à la loupe, de façon critique et objective, un par un chaque élément pouvant être la cause du problème. Glissez-vous dans la peau d'un client et regardez ce que font les meilleures boutiques, ou tout simplement celles dans lesquelles vous auriez envie acheter. Essayez alors de comprendre ce qui ne va pas dans la vôtre, et la solution à votre problème apparaîtra sûrement claire comme de l'eau de roche !

Ajustez alors le tir et remettez des produits en vente, le verdict tombera rapidement : des ventes si vous avez corrigé le bon point, sinon il y a fort à parier que vous vous êtes trompé dans votre diagnostic et il faudra refaire le tour de vos produits.

Les résultats de cette étude sont à retrouver dans article sur [Les critères de réussite sur le site](#)
La mise en ligne régulière de nouveautés est donc une des clés du succès sur le site. Pour cela, votre organisation doit donc s'adapter. Pour y parvenir, consultez notre article [3 astuces pour organiser au mieux son temps et ses priorités.](#)

B. Accroître sa visibilité

1. Sur le site

Nous mettons à votre disposition différents outils vous permettant d'accroître votre visibilité sur le site.

- **Travailler le référencement de ses produits sur le site**

Le moteur de recherche du site évolue en permanence pour être de plus en plus efficace et gagner en pertinence sur les résultats de recherche.

Un certain nombre de **critères sont à prendre en compte** pour comprendre le classement des résultats du moteur de recherche, parmi lesquels (ceci n'est pas une liste exhaustive) :

- Le titre du produit : le mot le plus important en premier et exhaustivité du contenu
- La récence du produit : la nouveauté des produits est valorisée pour donner sa chance à tous les produits et faire tourner l'offre présentée
- La catégorie du produit
- La qualité des photos

A savoir :

Quand un utilisateur lance une recherche, le moteur compare la requête tapée par l'utilisateur avec les caractéristiques (renseignées par vos soins) de tous les produits, afin de faire correspondre la recherche exprimée par le visiteur à ce qu'il souhaite trouver. Voici les caractéristiques produit principalement prises en compte ci-dessous par ordre décroissant d'importance :

1. Titre du produit
2. Catégorie du produit
3. Matériaux et Couleur(s) du produit
4. Occasion et/ou Style du produit
5. Nom de la boutique

NB : le sous-titre, la description et les mots complémentaires, au-delà de leur utilité à renseigner le client, sont essentiellement prises en compte pour le référencement externe de vos produits, c'est-à-dire leur visibilité directe sur les moteurs de recherche Internet, comme Google par exemple.

La priorité d'affichage dans les résultats de recherche est principalement définie par l'examen des mots composant le titre du produit. Une primeure est accordée aux produits dont le titre est identique à la recherche de l'utilisateur. Puis un ordre s'opère entre les produits dont le titre comporte le plus grand nombre de mots correspondant à ceux tapés dans la recherche. Bien sûr, ce fonctionnement est pondéré par les 3 grandes lignes directrices de l'algorithme : popularité des produits et des boutiques, nouveauté/récence des produits et diversité des boutiques.

Ce sont elles qui vont ensuite déterminer la place d'un produit parmi tous ceux dont le titre va, par exemple, avoir les 3 mêmes mots en commun avec la recherche tapée.

Sachez qu'à partir du moment où vos produits s'affichent dans votre boutique, cela signifie qu'ils seront indexés dans le moteur de recherche. Si votre produit n'apparaît pas dans le moteur de recherche dans les 5 minutes qui suivent sa mise en ligne, c'est normal ! Il faut un certain temps (jusqu'à 24h) à l'algorithme pour actualiser toutes ses données et attribuer un score à votre produit en plus de la valorisation naturelle dont elle bénéficiera du fait qu'elle vienne d'être mise en ligne.

L'algorithme actuel permet de récompenser les produits et les boutiques qui sont appréciées, à la fois aux visiteurs et aux clients, sans pour autant arrêter de mettre en avant

les nouveaux produits, car ils sont la base du renouvellement constant de l'offre du site.

Mais qu'est ce qu'un produit et une boutique de qualité ?

Ce sont des produits et boutiques qui plaisent aux visiteurs, aux membres et aux clients du site dont les produits sont plus ou moins vus, mis en favori et qu'ils sont proposés par une boutique suivie par des membres, proposant un certain nombre d'articles et qui fait des ventes. La combinaison de tous ces critères de qualité des produits et des boutiques définit un score, dit de popularité, qui plus il est élevé, plus un produit a des chances d'être acheté.

Conséquence de ce fonctionnement : le moteur de recherche va progressivement écarter et placer en dernières pages de résultats les produits qui perdent peu à peu l'attrait de leur nouveauté, qui sont peu appréciés et qui ne convertissent pas (c'est-à-dire qu'ils sont vus mais qu'ils ne sont pas vendus).

Enfin, cet algorithme est conçu afin de donner sa chance à tous de manière égalitaire : pour toutes les recherches disposant de résultats suffisamment fournis, le nombre de produits d'une même boutique affiché par page est limité sur les premières pages de résultats de recherche. Ceci afin de mettre en avant la diversité de l'offre présente sur le site et un panel de boutiques plus large, là où autrefois il pouvait y avoir 10 produits d'un même vendeur affichés sur la 1ère page de résultats de recherche. Évidemment, cette notion de distinction boutique dans les premières pages de résultats ne s'applique pas s'il y a seulement 30 produits répondants à la recherche de l'utilisateur.

Pour aller plus loin...

Tous nos conseils pour vous aider à être bien référencé sont à retrouver dans [notre Guide complet sur le référencement](#) ainsi que nos articles très complets [Comprendre le fonctionnement du moteur de recherche](#) et [Les règles d'or pour améliorer sa visibilité sur le site](#).

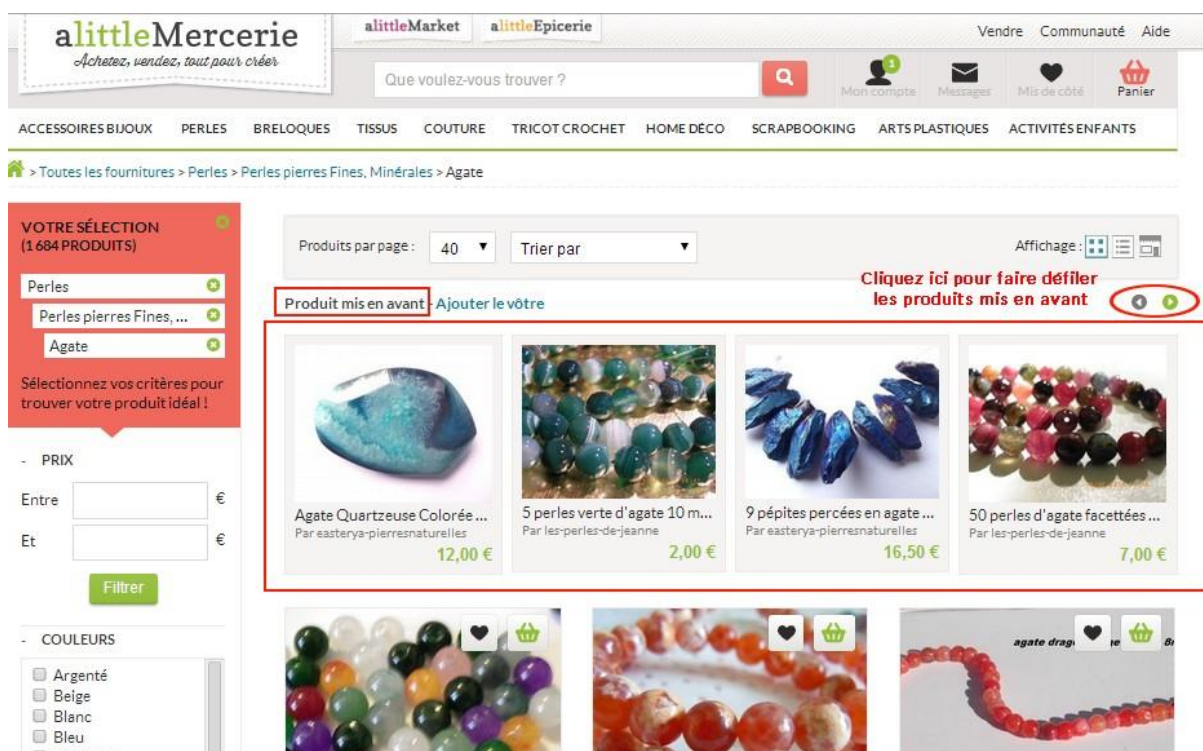
Enfin, découvrez le référencement externe au site avec notre article « [Comment améliorer son référencement naturel](#) »

- **Les Affichages (ou Vitrites promotionnelles)**

A quoi servent les affichages ?

Les affichages, également appelés "Vitrites promotionnelles", permettent de donner de la visibilité à vos articles directement dans le cœur des visites, c'est à dire le moteur (et surtout ses résultats) de recherche. Les produits disposant d'affichages sont les premiers à apparaître en haut de la page des résultats de recherche. **Un produit en vitrine est vu 3 fois plus que la moyenne** des produits du site.

Le produit auquel vous avez affecté des affichages va être mise en avant, c'est-à-dire qu'il sera **affichée dans le bandeau déroulant « Produits mis en avant » en haut de la page des résultats du moteur de recherche.**



Cependant, les vitrines sont composés d'une sélection aléatoire de 200 articles, sélection aléatoire mise à jour toutes les heures. Si vous ne voyez pas votre produit tout de suite, c'est donc normal. De plus, **vos produits seront affichés aléatoirement le long du bandeau déroulant « Produits mis en avant »** jusqu'à ce que vos crédits d'affichages soient épuisés. Votre produit peut donc figurer sur la première partie du bandeau un jour et sur les parties suivantes le jour d'après. N'oubliez donc pas de faire dérouler le bandeau pour y voir votre produit.

Un crédit d'affichage est consommé lorsque votre produit a été vu (et non cliqué) une fois. Par conséquent, avec les affichages, **vous achetez des vues et non pas des clics**. Ces affichages ne garantissent en rien des clics : 1 crédit d'affichage = **1 vue, rien de plus, rien de moins**.

Si l'emplacement de votre produit est un emplacement très visité, vos affichages peuvent alors être consommés très vite ! Sinon, tout doucement. De toute façon, si votre produit n'est pas affiché, votre compteur ne bouge pas !

Pour acheter des affichages allez dans [Gestion de mes produits > Vitrines promos](#) (bouton vert en haut à droite).

Le processus d'affichage se déroule en 4 étapes :

1. J'achète des crédits d'affichage

Nombre d'affichages	Prix	Prix réduit	% de réduction
4 000	5 €	5 €	0%
8 000	10 €	9 €	10%
16 000	20 €	17 €	15%
24 000	30 €	25 €	17%
40 000	50 €	40 €	20%
80 000	100 €	75 €	25%

2. Je choisis les produits à mettre en avant

3. Je répartis les crédits sur mes produits : A chaque produit doit être affecté un minimum de 1000 affichages.

4. Je choisis les emplacements : Vous avez la possibilité de choisir comme emplacement le moteur de recherche et/ou des thèmes des guides shoppings. Nous vous recommandons avant tout le moteur de recherche où il y a plus de trafic qui passe et sur lequel vos affichages sortiront en fonction de la recherche du visiteur (attention à avoir bien travaillé ses fiches produits !).

Qu'est-ce que la durée minimale d'affichage ? Cela correspond à la durée pendant laquelle vous souhaitez que vos fournitures soient affichées.

Quel intérêt de programmer une durée minimale ?

Plus les affichages affectés à un produit auront une durée minimale courte, plus les affichages seront efficaces. Pourquoi ? Parce que cela va vous permettre d'être très visible pendant cette durée.

Si vous prenez 1000 affichages, et que vous vous dites que vous voulez qu'ils soient visibles pendant 30 jours, au final, vous allez simplement avoir quelques affichages visibles par jour => pas efficace.

Si vous prenez 5000 affichages, et que vous voulez qu'ils soient visibles pendant 3 jours, vous allez avoir beaucoup de visibilité pendant ces 3 jours.

Notre conseil pour ceux qui prennent des affichages

Ne pas les diluer sur 30 produits, mais choisir 2 ou 3 "produits d'appel" qui vont attirer les visiteurs sur leur boutique et les inciter à découvrir le reste de leur boutique (dans un vrai magasin, on ne met pas tout le stock en vitrine... on attire avec quelques produits stars). Et ensuite, mettre un bon nombre d'affichages sur une période courte pour assurer la visibilité et la puissance.

La solution gagnante quand on prend des affichages est donc : les mettre sur peu de produits, pendant une **durée courte**, et avec **de la puissance** (nombre important d'affichages). Ou alors sur beaucoup de produits sur une période courte et toujours avec de la puissance (mais ça coûte plus cher).

Il faut aussi cibler ses articles en fonction de la période (motifs flocons en hiver/soleil en été).

- **Collections**

Le principe d'une collection est simple : c'est une sélection d'articles réunis autour d'un même thème choisi par le vendeur (exemples : couleur, été, vintage...). L'idée est de choisir de beaux produits autour d'un thème qui vous plaît et que vous avez envie de faire partager. Un vendeur peut créer autant de collections qu'il le souhaite.

Chaque semaine, l'équipe Marketing sélectionne des collections qui apparaissent dans les Coups de cœur de la semaine, sur la page d'accueil du site. Pour être sélectionnées, les collections doivent respecter certaines conditions : les collections doivent se composer de 16 articles de 16 vendeurs (dont vous !) différents, donc (vous avez bien compté) 1 produit par vendeur, et elle doivent être harmonieuses (photos au fond identique, sans cadre, sans texte).

> **Créer une collection peut vous permettre d'augmenter votre visibilité sur le site.** En effet, si votre collection est bien composée de 16 articles de 16 vendeurs différents (dont vous si vous le souhaitez), est visuellement harmonieuse avec des photos de bonne qualité et qu'elle est d'actualité, elle pourrait être alors susceptible d'être mise en avant sur la page d'accueil du site par l'équipe Marketing. En revanche, les choix de l'équipe Marketing sont à sa discrétion totale et il n'y a pas de recette pour voir sa collection figurer en page d'accueil.

Elles vous permettent également de tisser votre réseau parmi les vendeurs A little Mercerie (voir 3) Tisser votre réseau A little Mercerie).

Pour créer votre collection, RDV dans [Aperçu de ma boutique> Collections](#) (onglet à droite).

- **Les Tutoriels**

Sur A little Mercerie, les clients viennent chercher des fournitures et du matériel de loisirs créatifs mais, pour une bonne part, ils viennent aussi chercher des idées créatives ! Pour satisfaire leurs envies d'inspiration, nous rassemblons des tutoriels réalisés par nos vendeurs au sein de [l'Espace Créatif](#).

Ainsi, **faire des tutoriels** à partir des produits mis en vente dans votre boutique A little Mercerie **est un excellent moyen d'accroître votre visibilité sur le site** et de vous distinguer en valorisant en plus votre univers créatif.

Nous vous conseillons donc d'élaborer des tutoriels avec vos produits et de les envoyer à notre équipe Marketing. Si vos tutoriels répondent aux exigences de qualité, exhaustivité et clarté d'explications et d'illustrations (des belles photos de qualité c'est quand même plus agréable à regarder ! ☺), ils pourront être diffusés sur l'Espace Créatif, mais pas que ! En effet, les meilleurs tutoriels pourront être publiés dans la **Newsletter spéciale tutoriels**, mais aussi sur **la page d'accueil** du site. Et si vous nous concoctez la crème de la crème, vous pourriez même voir vos tutoriels sur **les réseaux sociaux** A little Mercerie, ou encore dans **la presse** (les journalistes raffolent des beaux tutos ;)).

Un bon tutoriel peut être une excellente vitrine pour votre boutique, et comme en [témoignent](#) certains de nos vendeurs, un vrai détonateur pour faire décoller vos ventes.

Pour vous vous faire une idée de ce qu'est un tutoriel, allez dans [l'Espace Créatif](#).



Pour envoyer un tutoriel, vous pouvez télécharger [ce formulaire](#) à remplir assidument, et à envoyer à l'adresse tutoriel@alittlemercerie.com.

Pour aller plus loin...

Découvrez notre article sur [Comment bien préparer la rentrée ?](#) qui traite de la mise en avant de vos produits et de la visibilité de votre boutique à travers le lancement de nouvelles gammes de produits.

2. A l'extérieur d'A little Mercerie

- **Les Widgets : installer sa boutique sur son blog**

Afin de faire connaître votre boutique A Little Mercerie en dehors du site, nous vous donnons la possibilité de construire un widget. C'est une application communicante que vous pourrez insérer dans votre blog, qui vous permettra de mettre en valeur vos fournitures ou celles de vos favoris, afin de générer des ventes supplémentaires. L'installation est rapide et très simple.

Pour créer votre widget, allez dans [Statistiques > Augmenter mes visites > Sites référents > Accéder aux widgets](#)

- **Les réseaux sociaux**

Les réseaux sociaux peuvent devenir une source de trafic si vous les utilisez comme il le faut. En effet, vous n'êtes pas sans savoir que chacun d'entre eux réunit des milliers, voire, des millions d'utilisateurs. Il serait donc dommage de passer à côté de cette opportunité de toucher de potentiels clients.

Dans le cadre de votre activité sur A little Mercerie, les réseaux sociaux les plus intéressants sont [Facebook](#), [Instagram](#), [Google +](#), et enfin, [Pinterest](#).

Une application de partage Facebook pour chaque produit est disponible, ou vous pouvez aussi poster vos nouveautés produits manuellement sur votre page Facebook en copiant-collant leur URL dans un post.

- **Cartes de visite**

Les cartes de visite Ooprint sont enfin adaptées à A little Mercerie ! Découvrez le partenariat que

nous avons mis en place avec Ooprint spécialement pour vous, qui vous permet de créer gratuitement 100 cartes de visite personnalisées.

Vous avez la possibilité de créer des cartes des visites A little Mercerie aux formats rectangulaire (et d'y mettre, pour 5€ de plus, un verso personnalisé) et carré.



Pour profiter de cette offre et créer vos cartes de visite, RDV dans [Statistiques > Augmenter mes visites > Trafic direct > 2. Profiter de l'offre A little Mercerie/Ooprint : 100 cartes de visites gratuites.](#)

- **Newsletter Produit**

Notez que cette fonctionnalité sera bientôt supprimée.

- **Interface d'optimisation de vos produits**

Un outil est disponible sur le site pour vous aider à optimiser votre visibilité sur Google : l'interface d'optimisation de vos produits.

Cette interface remonte automatiquement les produits qui sont mal référencés par Google et donc qui sont peu visibles. Sur cette interface vous pourrez donc, en quelques clics, optimiser vos titres, sous-titres et descriptions pour que vos produits gagnent en visibilité.

En bonus : si vous améliorez significativement vos fiches produit, nous les considérerons comme des nouvelles mises en ligne et nous les ferons remonter dans le moteur de recherche du site !

Quels sont les règles à respecter pour optimiser vos fiches produits ?

- Il faut employer entre 5 et 15 mots dans vos titres et sous-titres
- Vos descriptifs doivent faire au minimum 20 mots

Où trouver cette interface ?

Dans [Gestion de mes produits](#) au-dessus de la liste de vos produits

The screenshot shows the 'Gérer mes produits' (Manage my products) interface. At the top, there is a navigation bar with icons for Accueil, Achats, Ventes, Statistiques, Messages, Parrainage, Boutique, and Facturation. Below this is a sub-navigation bar with tabs for Mes produits, Blog, Catégories, Profils d'expé, Statut et CGV, Apparence, Custo, Rendu, and Organisation boutique. The main content area is titled 'Gérer mes produits 1 produits' and includes a link to 'Voir le Guide "Faire des fiches produits efficaces sur A Little Mercerie"'. A red arrow points to a yellow banner that reads: 'Vous voulez augmenter le nombre de visiteurs sur votre boutique ? Découvrez tous vos produits que Google référence mal et modifiez-les pour augmenter vos ventes : En savoir plus'. To the right of the banner is a green button labeled 'Ajouter un produit'. Below the banner is a search bar with the text 'Rechercher' and an 'OK' button. There are also buttons for 'Activer' and 'Désactiver', and dropdown menus for 'Tous mes produits' and 'Trier par'. At the bottom, there is a table with columns: Ordre, Titre, Quantité, Prix, Delai expédition, and Actions.

Ou en cliquant sur ce lien : http://www.alittlemercerie.com/page/creation/list_seo.php

Si le lien n'apparaît pas sur votre page Gestion de mes produits, c'est que vous n'avez pas de produits mal référencés, félicitations !

C. Votre service client, la clé de la réussite

1. Qu'est-ce qu'un bon service client ?

Quelques chiffres pour commencer : en moyenne, **un client satisfait en parle à 3 autres**, mais **un client mécontent en parle à 10 autres** ! C'est pour cela qu'il est extrêmement important de soigner son service client.

En plus, un client satisfait c'est un client qui va vous laisser des évaluations positives, qui va vous être fidèle, et surtout qui va faire parler de vous via le bouche à oreille (il faut les chouchouter !).

Comment avoir un service client irréprochable ?

Pour avoir le service client le plus irréprochable, nous vous conseillons fortement :

- D'avoir un descriptif produit **conforme à la réalité**, afin que le client n'ait pas de mauvaise surprise
- D'être **réactif** à toute demande du client, et de respecter les délais affichés
- D'être **arrangeant**, flexible, **sympa** 😊
- De **ne pas en promettre trop**. Si vous n'avez pas le temps de vous occuper de toutes vos commandes, rallongez les délais de traitement auprès de vos clients plutôt que de leur promettre l'impossible.
- De créer **l'effet de surprise**, avec des petites attentions auxquelles le client ne s'attend pas (un petit mot personnalisé par exemple)
- D'entretenir **des relations simples et conviviales**

Il est également primordial de soigner chaque étape de la commande, que ce soit avant, pendant (pensez à faire un joli colis) ou après, et de garder contact avec le client par la suite pour le fidéliser.

Vous disposez sur notre site de plusieurs **outils pour communiquer** avec vos clients (messagerie, page de suivi des commandes, newsletter, votre blog ...etc.) et pour **répondre à leur attente** (options de boutique, personnalisations, réductions, programmes de fidélisation).

Voilà, si vous respectez ça, vous avez les bases d'un bon service client !

Pour aller plus loin...

Pour découvrir les recettes d'un service client au top du top, lisez le tutoriel [Optimiser votre service client : mode d'emploi](#), ainsi que notre article de coaching [Avoir un service client irréprochable](#).

2. Les outils & services à proposer

- **Proposer le satisfait ou remboursé**

Proposer le satisfait ou remboursé est un argument commercial fort car il lève un frein à l'achat. Il correspond au délai de rétraction légal du client et est obligatoire pour les vendeurs professionnels. **Retrouvez toutes les infos dans le paragraphe** [Les retours et remboursements](#).

- **Bons de réduction personnalisés**

Sur A Little Mercerie, vous avez la possibilité de créer des bons de réductions personnalisés, et de les mettre en ligne sur votre boutique afin d'en faire profiter tous vos visiteurs. Vous pouvez également les envoyer directement à vos contacts, par email. Ces bons de réduction vous permettent de proposer des offres promotionnelles à vos clients en dehors des périodes de soldes, de récompenser vos meilleurs clients ou encore de faire des surprises à vos amis !

Vous pouvez choisir le type de réduction à appliquer, limiter ou non la réduction à certains de vos produits ou encore limiter la réduction dans le temps. Les bons de réduction que vous pouvez créer ne sont évidemment valables que pour votre boutique.

Nous vous déconseillons de créer trop de bons de réduction à la fois car cela diluera la valeur de

vos offres (mieux vaut les étaler dans le temps dans des périodes creuses de l'année) et **seuls 2 codes de réduction s'affichent sur votre boutique** dans l'encart "Avantages clients de la boutique".

Pour créer un bon de réduction, allez dans [Statistiques > Augmenter la fidélité de mes clients > 2. Créer des bons de réduction personnalisés](#)

- **Programmes de réductions automatiques**

En adhérant à ces programmes de réduction, A Little Mercerie envoie des réductions automatiques à vos clients ou prospects.

- Programme « **Transformer une mise au panier en premier achat** »

A little Mercerie envoie à vos potentiels clients ayant mis l'un de vos articles dans leur panier sans l'acheter non pas une réduction mais un message les invitant à acheter dans votre boutique. En effet nous nous sommes aperçus après test que l'envoi d'un message était plus efficace que l'envoi d'une réduction. **Pour participer à ce programme** allez dans [Statistiques > Augmenter ma conversion > 4.Transformer une mise au panier en premier achat](#)

- Programme «**Transformer l'intérêt d'un membre en premier achat** »

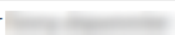
Il s'agit ici d'envoi de réductions à vos potentiels clients montrant de l'intérêt pour votre boutique, c'est à dire ayant visité au moins 3 pages de votre boutique (réduction valable 24h sur votre boutique). **Pour participer à ce programme** allez dans [Statistiques > Augmenter ma conversion > 5.Transformer l'intérêt d'un membre en premier achat](#)

Important :

Les programmes de réductions que vous configurez [sur la page Augmenter ma conversion](#) vont être envoyés automatiquement quand ils seront déclenchés. Pour savoir s'ils ont été déclenchés, ils émettront un code de réduction qui apparaîtra sur la page de [bons de réductions personnalisés](#) .

Bons de réduction

A envoyer ou à distribuer sur vos stands

Code	Pour quoi ?	Pour quand ?	Pour qui ?	
A3-2070 Crée le 	Réduction en % : 10 %	Jusqu'au 	Pour  uniquement Valable une fois par utilisateur	E Ir C S
exemple de code pour programme de réduction automatique				

D. Tisser son réseau A little Mercerie

En rejoignant A little Mercerie, vous avez intégré (peut-être sans le savoir) une communauté bouillonnante de vendeurs passionnés avec qui vous pouvez échanger grâce à de multiples outils.

1. Le Forum

Le Forum est un espace réservé aux membres de la communauté, vendeurs et clients, où vous pouvez vous présenter, poser vos questions et partager votre opinion en créant des discussions. Vous y trouverez de nombreuses réponses à vos éventuelles questions et de précieux partages d'expérience, alors n'hésitez pas à aller sur le Forum !

C'est aussi sur le forum que la Fine Equipe vous tient au courant des nouveautés et évolutions du site. Pour vous rendre sur le forum allez dans [Communauté > Forum](#). Attention néanmoins à bien respecter la [Charte de bonne conduite du Forum](#).

2. Les collections

Le principe d'une collection est simple : c'est une sélection d'articles réunis autour d'un même thème choisi par le vendeur (exemples : couleur, été, vintage...). L'idée est de choisir de beaux produits autour d'un thème qui vous plaît et que vous avez envie de faire partager.

Les collections doivent se composer de 16 articles de 16 vendeurs (dont vous !) différents, donc (vous avez bien compté) 1 produit par vendeur. Elles sont actives pendant 3 mois (désactivation automatique au bout de ce délai) et un Vendeur peut créer autant de collections qu'il le souhaite.

> Créer une collection vous permet de développer votre réseau A little Mercerie. En effet, en créant une collection, vous vous faites connaître d'autres membres de la communauté car les Vendeurs dont vous choisirez les produits dans votre collection en seront informés et seront donc susceptibles de vous ajouter à leur tour ou tout simplement de vous remercier et d'échanger sur vos univers créatifs respectifs !

Et vous aurez aussi peut-être un jour la bonne surprise de voir votre collection apparaître sur la

page d'accueil d'A little Mercerie si elle a le bonheur d'être sélectionnée par l'équipe Marketing.

Pour créer votre collection, RDV dans [Aperçu de ma boutique > Collections](#) (onglet à droite).

3. Participer aux événements

Des événements sont organisés par la Fine équipe toute l'année partout en France mais également par la communauté des vendeurs : marchés, salons, expoventes, ateliers, boutiques... De quoi découvrir un événement prêt de chez vous, de faire de belles rencontres, travailler votre notoriété et pourquoi ne pas glaner quelques achats !

Pour découvrir tous les événements organisés, RDV sur **A little Market** dans [Communauté > Événements](#)

4. Défi des Vendeurs

Quel est le principe du défi thématique ?

Chaque mois, un sujet de défi thématique est lancé par un vendeur. Si vous souhaitez participer à ce défi créatif, il vous suffit alors de proposer un produit en rapport avec le thème.

Les membres du site vont ensuite pouvoir voter pour le produit qu'ils préfèrent. À l'issue de ce vote un classement est établi et indique quel produit est le grand gagnant du Défi.

Le gagnant du défi doit alors pour choisir le thème du deuxième mois suivant qu'il doit poster sur le Forum.

Quels sont les règles à respecter ?

- Les vendeurs devront poster leur produit obligatoirement entre le 1er et le 10 du Mois. Après le 10 du Mois, il ne sera plus possible de déposer son produit pour le défi du mois en cours.
- Vous devez disposer d'un compte de plus de 3 mois pour pouvoir voter pour un produit.
- Le produit doit respecter le thème du défi et doit être spécialement conçu pour le défi en

cours.

- Un seul produit par vendeur même si le vendeur dispose de plusieurs boutiques.
- Bien signifier dans le titre : pour le défi « ... » et justifier son choix dans la partie description (si ce n'est pas le cas le défi sera supprimé sans préavis).

Comment participer ?

Pour participer et déposer votre produit pour le défi du mois, allez dans [Communauté > Défis des Vendeurs](#)

Déposez alors l'identifiant de votre produit sur la page des défis.

alittleMercerie
Achetez, vendez, tout pour créer

alittleMarket alittleEpicerie

Vendre Communauté Aide (08.11.38.43.74)

Que voulez-vous trouver ?

Mon compte Messages Mis de côté Panier

ACCESSOIRES BIJOUX PERLES BRELOQUES TISSUS COUTURE TRICOT CROCHET HOME DÉCO SCRAPBOOKING ARTS PLASTIQUES ACTIVITÉS ENFANTS

> Recherches originales > Les défis de nos vendeurs

Recherches originales

Le TOP 20 des vendeurs

Meilleurs vendeurs

Les + ajoutés en favoris

Les + partagés

Top nouveaux arrivants

Meilleurs vendeurs

Les + ajoutés en favoris

Les + partagés

Le TOP 20 des produits

Les + vues

Les + mises de côté

Les + likés

Autres

Géolocalisation

Les défis

Palette de collections

Les Défis

Chaque mois, proposez un article en vente dans votre boutique A Little Mercerie en rapport avec le thème, puis votez et faites voter vos proches. Le vendeur dont l'article recevra le plus de votes remportera le droit de proposer le thème du Défi suivant (et oui, on n'est pas obligé de gagner une voiture pour s'amuser !)

Thème du mois :

Défi du mois de mars 2014 : "Eveil de la Nature"

Description du défi :

Un grand bravo à oxana-boutik, la gagnante du défi du mois de janvier ! Du coup, pour le défi de mars, c'est elle qui choisit le thème.

Voici son défi : "Quelle belle surprise d'avoir remporté ce défi. Je remercie toutes celles et ceux qui ont voté pour mon défi. Avec l'arrivée du printemps au mois de Mars, la végétation sort de son sommeil hivernal, nous assistons au réveil des animaux hibernants et au retour des oiseaux migrateurs..."

Pour le mois de Mars je vous propose le thème "éveil de la nature". J'espère que ça vous inspirera ! Bon défi à tous "

Bonne chance à toutes et à tous !

Rentrez l'identifiant de votre création puis cliquez sur "Valider"

Pour les vendeurs qui souhaitent participer :

Indiquez l'identifiant de votre article :

Valider

Qu'est-ce que l'identifiant de votre produit ?

Vous pouvez trouver l'identifiant de votre produit en vous rendant sur votre page [Gestion de mes produits](#). Il s'agit du numéro qui se situe en dessous de la photo de votre produit.

Gérer mes produits 1 produits

Voir le Guide "Faire des fiches produits efficaces sur A Little Mercerie"

Ajouter un produit

Importer un fichier catalogue

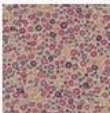
Rechercher

Activer

Désactiver

Tous mes produits

Trier par

Ordre	Titre	Quantité	Prix	Delai expédition	Actions
1 Modifier	 Tissu Liberty à fleurs bleues, roses, violettes.. Ajouté le 03 Mars 0 vote(s) - 0 vue(s) ID:2484271	1 Modifier	1.00€ Modifier	4 Modifier	Editer Dupliquer Voir Supprimer

Numéro identifiant à renseigner pour le défi thématique

Attention, ne remplir que les chiffres, par exemple: 2484271

Comment voter ?

Rendez-vous sur la page de la produit et cliquez sur «Voter pour ce produit».

Défi Mars Eveil de la nature le Printemps.Carte postale et son enveloppe porte bonheur .



VENDEUR : MATT-ET-LES-PETITS-CADEAUX
 (100 avis) - 100% d'avis positifs
 Évaluation (305) : 100%
 Contactez le vendeur
 Ses autres produits
 Découvrez la boutique
 4,00 € DISPO : PLUS QUE 1 PIÈCE
 LIVRAISON GRATUITE
 Ajouter au panier
 Mettre de côté
 Ajouter à mes amies créatives
 INFOS PAIEMENT & LIVRAISON
 Frais de port : Offerts Plus de détails
 Livraison : 2 (ou x) jours condition
 Modes de paiement : Carte bancaire, PayPal, Chèque, Portemonnaie
 PLUS D'ARTICLES DE MATT-ET-LES-PETITS-CADEAUX
 Cliquez ici pour voter pour le produit

Description Frais de port Conditions de vente

Défi de Mars 2014 Eveil de la nature le printemps carte postale collages et son enveloppe assortie.
 Pour le défi éveil de la nature je vous propose le retour des trèfles à 4 feuilles et des petites coccinelles. Carte postale et son enveloppe assortie collages et pastel porte bonheur.
 Collages.
 Carte 10,5 x 14,8
 Enveloppe 11,4 x 16,2 cm.
 Matériaux utilisés : Papier
 Poids : 20 grammes
 Une question ? Contactez le vendeur
 Vous aimez ce produit ? Votez pour ce produit

Important : Le vote est accessible uniquement si votre produit est activé sur votre page [Gestion de mes produits](#). De plus, son inscription sur la page des Défis (en entrant son l'identifiant) fait disparaître votre produit de votre boutique en ligne. C'est tout à fait normal dans la mesure où un produit réalisé pour un Défi n'a pas pour vocation à être vendu !

Règles concernant le vote :

- Un seul vote par membre par jour
- Chaque vote compte 1 point, qu'il soit celui d'un membre ou d'un vendeur.

Comment connaître le gagnant du défi terminé ?

Pour connaître le classement et le gagnant du mois précédent sélectionnez sur la page du Défi des vendeurs le mois précédent dans la roulette « Thème du mois ».

Recherches originales > Les défis de nos vendeurs

Recherches originales

- Le TOP 20 des vendeurs
- Meilleurs vendeurs
- Les + ajoutés en favoris
- Les + partagés
- Top nouveaux arrivants
- Meilleurs vendeurs
- Les + ajoutés en favoris
- Les + partagés
- Le TOP 20 des produits
- Les + vues
- Les + mises de côté
- Les + likés
- Autres
- Géolocalisation
- Les défis
- Palette de collections
- original_search.page.wishlist.h1

Les Défis

Chaque mois, proposez un article en vente dans votre boutique A Little Mercerie en rapport avec le thème, puis votez et faites voter vos proches. Le vendeur dont l'article recevra le plus de votes remportera le droit de proposer le thème du Défi suivant (et oui, on n'est pas obligé de gagner une voiture pour s'amuser !)

Thème du mois :

Défi du mois de janvier 2014 : "Au coin du feu"

Description du défi :

Un grand bravo à les-broderies-du-juge, la gagnante du défi du mois d'octobre ! Du coup, pour le défi du 1er mois de l'année 2014, janvier, c'est elle qui choisit le thème.

Voici son défi : "Bonsoir, Je remercie infiniment toutes celles et ceux qui ont voté pour mon défi, et qui m'ont laissé de très gentils commentaires.

Pour le mois de janvier, généralement très froid, je vous propose de nous retrouver "au coin du feu", de nous réchauffer devant une belle flambée, d'évoquer les couleurs chaleureuses des flammes, jaunes, orangées ou rougeoyantes ...

En espérant que ce thème vous plaira, je vous souhaite un bon et flamboyant défi,

Excellente soirée,

Nathalie"

Bonne chance à tous et à toutes

Nombre de points reçus :
Votre place dans le classement : 0

Classement des participants

Ce défi est finalisé. Vous pouvez voir le classement 'figé' ci-dessous.

1	 Défi de Janvier " Au coin du Feu " Lot de 3 pompons 6 cm en suédine avec cloche dorée 668 point(s) Catégorie : Pompons vendeur : oxana-boutik AU COIN DU FEU Que la pluie à déluge au long des toits ruisselle ! Que l'orme du chemin penche, craque et chancelle Au gré du tourb... Ajouté le : 01 Janvier 4 disponible Prix: 2.70 €
2	 défit janvier lot perle couleur feu 617 point(s) vendeur : 34valouperles défit janvier lot perle couleur feu Ce lot se compose de : 2 m de Ajouté le : 01 Janvier 1 disponible

5. Le Mur de votre profil

Votre section Profil vous permet de faire découvrir votre créativité en faisant partager, au-delà de vos produits, votre univers, vos inspirations, votre histoire, etc... Photos, vidéos, articles : partagez tout ce qui permettra à vos clients de vous découvrir et de leur donner envie de venir, et revenir, dans votre jolie boutique.

Où se trouve votre section Profil ?

Allez dans [Aperçu de ma boutique > Profil](#). Les clients et autres visiteurs de votre boutique n'auront qu'à cliquer sur cet onglet pour voir vos publications.

o Votre mur

Comme un blog, vous pouvez y publier des témoignages de votre activité à travers des articles, images et photos.



E. Tous les outils d'aide à la vente

Retrouvez dans cette rubrique la liste de tous vos outils d'aide à la vente et cliquez sur chacun d'eux pour retrouver toutes leurs explications et nos conseils les concernant.

- [Les Affichages \(ou Vitrines promotionnelles\)](#)
- [Cartes de visite](#)
- [Newsletter Produit](#)
- [Programmes de réductions automatiques](#)
- [Bons de réduction personnalisés](#)
- [Les Widgets : installer sa boutique sur son blog](#)

Pour aller plus loin...

Nul vendeur quel que soit son domaine ne peut - ne doit ! - y déroger : **décrypter ses statistiques est un élément indispensable pour analyser l'activité de votre boutique**, pour comprendre vos points forts et vos points d'amélioration et pour mesurer l'impact de ce que vous mettez en place.

Pour vous expliquer comment y parvenir, vous pouvez retrouver notre article

[Comment progresser en écoutant ses statistiques ?](#)

5. DES QUESTIONS ? DES IDÉES ?

En plus de ce Guide du Vendeur, nous vous conseillons également de lire (ou relire !) attentivement les [Conditions Générales d'Utilisation](#), pour plus de précisions sur le fonctionnement du site, dans un jargon cher aux avocats !

Vous avez lu tout le Guide du Vendeur et n'avez pas trouvé de réponse à votre question ?

Allez jeter un coup d'œil sur le [Forum de la communauté A little Mercerie](#) : d'autres se sont sans doute déjà posés les mêmes questions que vous !

Et si vous êtes le premier, et bien n'hésitez pas à poser votre question et à solliciter la communauté A little Mercerie, en principe très réactive et sympathique. En plus, cela vous donnera l'occasion d'échanger avec d'autres amoureux des loisirs créatifs et de vous créer un petit réseau sur A little Mercerie !

Vous avez lu tout le Guide du Vendeur et tout le Forum et vous n'avez pas trouvé réponse à votre question ?

[Contactez l'équipe via la rubrique Aide](#) du site (en haut à droite de toutes les pages).

Une idée ou suggestion d'amélioration ?

Il y a un petit (ou un grand) élément qui vous changerait la vie sur le site ou vous permettrait de donner un coup d'accélérateur au développement de votre activité ? Faites en nous part via la rubrique [Aide > Envoyer une demande et sélectionnez le sujet « Suggestion d'amélioration »](#).

On ne vous garantit pas que votre demande/idée sera mise en place rapidement ou même tout court, mais au moins elle sera arrivée jusqu'à nos oreilles et nous tacherons d'y apporter une réponse.

6. CONCLUSION

Voilà, maintenant vous savez tout sur tout !

On parie qu'en appliquant tous nos conseils et en vous investissant dans votre activité A little, vous devriez (au moins !) réussir à faire quelques ventes ;) !

Néanmoins il ne faut pas oublier que se lancer dans le e-commerce, vouloir vivre de sa passion, c'est une véritable aventure, et un projet merveilleux qui fait rêver, mais que, comme toute activité de vente, sur Internet comme ailleurs, cela nécessite de l'engagement, du travail et du temps. **Il n'y a pas de succès facile et c'est à vous de construire votre réussite.**

Mais rassurez-vous, vous n'êtes pas seul !

La Fine équipe est là pour vous tenir informé des actualités du site, vous accompagner, vous donner les bons outils et les bons conseils pour vous aider à lancer puis développer votre activité sur A little Mercerie.

Et ce n'est pas tout ! Il y a également une **formidable communauté** de milliers de vendeurs qui sont tous passés par les mêmes étapes et ont rencontrés les mêmes interrogations que vous et qui sont prêt à vous répondre sur le Forum ou ailleurs. Alors n'hésitez pas à consulter ce qui s'est déjà dit sur le Forum et à les solliciter au besoin !

Vous avez donc toutes les cartes en main pour réussir sur A little Mercerie, à condition de s'y mettre. Et oui car malgré toute notre bonne volonté de vous voir réussir, personne ne pourra faire le travail à votre place...

Mais visiblement vous êtes bien parti puisque si vous lisez ces lignes, cela veut dire que vous avez ce Guide du Vendeur sous les yeux et le lire petit à petit, sujet par sujet, est déjà un premier grand pas vers la réussite de votre activité.

POUR CONCLURE :

« OSEZ VOIR GRAND, SOYEZ A LITTLE ! »